Magento

Benutzerhandbuch

2. Auflage

Januar 2009

© 2008 - www.techdivision.com

Nutzungshinweis:

Bei vorliegendem Dokument handelt es sich um ein vom Magento Gold-Partner TechDivision entwickeltes eBook. Das eBook ist ausschließlich für Ihren eigenen Gebrauch lizenziert und darf nicht weitergeben, kopiert oder auf Ihrer Webseite zum Download angeboten werden.

Auszüge aus vorliegendem eBook dürfen nur nach schriftlicher Genehmigung durch die TechDivision GmbH veröffentlich werden.

Magento ist eine eingetragene Marke der Irubin Consulting Inc.

Haftungsausschluss:

Wir haben die Inhalte für vorliegendes eBook sorgfältig recherchiert und zusammengestellt. Dennoch können wir keinerlei Gewähr für die Richtigkeit der Inhalte sowie daraus resultierende Fehler übernehmen. Der Autor haftet weder für den Erfolg, noch für andere Risiken, die im Zusammenhang mit vorliegendem Dokument stehen.

Inhaltsverzeichnis

1 Was sie vorab wissen sollten 8
1.1 Was ist das Besondere an Magento? 8
1.2 SKU – Das Shopkonzept von Magento 9
1.3 Made-to-Order-Produkte – Ein interessanter Sonderfall 10
1.4 Große Flexibilität bedeutet auch Einschränkung 12
1.5 Magento Performance 13
1.6 Hardwarevoraussetzungen und Hosting 15
1.6.1 Hardware-Anforderungen 15
1.6.2 Betriebssystem und Konfiguration 16
1.6.3 Beispiel für Magento-Hosting 16
1.7 Interview mit den Magento-Gründern 22
1.8 Magento Updates 25
1.9 Support von Varien 27
1.10 Fazit 28
2 Magento – Der Einstieg 30
2.1 Anmeldung 30
3 Übersicht 32
4 Produktpflege 34
4.1 Vorgehensweise und Vorüberlegungen 35
4.2 Attribute anlegen 36
4.3 Attributsets anlegen 41
4.4 Neue Produktgruppe anlegen 44
4.5 Produktgruppe verschieben 50
4.6 Produkt anlegen 51
4.6.1 Allgemeines 58
4.6.2 Preise 60
4.6.3 Meta-Information 62
4.6.4 Bilder 63
4.6.5 Description 67
4.6.6 Gestaltung 68
4.6.7 Attributset 69

4.6.8 Inventar ... 69
4.6.9 Websites ... 72
4.6.10 Kategorien ... 72
4.6.11 Ähnliche Produkte ... 74
4.6.12 Up-Selling, Cross-Selling ... 75
4.6.13 Custom Options ... 75
4.6.14 Downloadable Informations ... 76
4.6.15 Configurable Products anlegen ... 82
4.6.16 Virtual Products anlegen ... 85
4.6.17 Bundle Product anlegen ... 85
4.6.18 Mehrsprachigkeit ... 91
4.7 Suchmaschinenoptimierung ... 92
4.8 URL Rewrite Verwaltung ... 97
4.9 Suche ... 98
4.10 Kundenmeinungen und Bewertungen bearbeiten ... 101
4.11 Schlagworte von Kunden freigeben ... 104
4.12 Google Base ... 107
4.13 Google Sitemap ... 108
5 Kundenverwaltung ... 110
5.1 Kunden verwalten ... 110
5.1.1 Nachbestellen ... 111
5.1.2 Export ... 114
5.1.3 Kunde hinzufügen ... 115
5.1.4 Benutzerkonto Informationen ... 115
5.1.5 Adressen ... 116
5.1.6 Bestellungen ... 117
5.1.7 Warenkorb ... 117
5.1.8 Wunschzettel ... 118
5.1.9 Newsletter ... 118
5.1.10 Kundenmeinungen ... 119
5.1.11 Schlagworte ... 119
5.2 Kundengruppen ... 120
5.3 Kunden online ... 120
6 Sonderaktionen ... 122

6.1 Katalog Preisregeln 122
6.2 Preisregeln für Warenkorb 127
7 Reporte 131
7.1 Verkäufe 131
7.2 Warenkorb 132
7.3 Produkte 133
7.4 Kunden 134
7.5 Kundenmeinungen 135
7.6 Schlagworte 136
7.7 Suchbegriffe 137
8 Verkäufe 138
8.1 Bestellungen 138
8.1.1 Nachbestellungen 143
8.2 Rechnungen 143
8.2.1 Rechnung erstellen 145
8.2.2 Teilrechnungen 146
8.3 Gutschrift 147
8.3.1 Gutschrift erstellen 148
8.4 Sendungen 150
8.4.1 Sendung anlegen 152
8.5 Terms and Conditions 154
8.6 Steuern 157
8.6.1 Regeln verwalten 157
8.6.2 Manage Tax Zones and Rates 158
8.6.3 Steuersätze exportieren 159
8.6.4 Kundensteuerklassen 160
8.6.5 Produktsteuerklassen 161
9 CMS 163
9.1 Seiten verwalten 163
9.2 statische Blöcke 166
9.3 Umfrageverwaltung 167
9.4 Magento und TYPO3 170
10 Newsletter 172
10.1 Vorlagen verwalten 172

10.2 Warteschlange 174
10.3 Anmeldungen 176
10.4 Problemreporte 177
11 System 178
11.1 Mein Benutzerkonto 178
11.2 Notifications 179
11.3 Werkzeuge 179
11.4 Web Services 180
11.5 Gestaltung 181
11.6 Import/Export 181
11.7 Währungskurse verwalten 182
11.8 Transaktions E-Mails 182
11.9 Berechtigungen 184
11.10 Magento Connect 186
11.11 Cache Management 189
11.12 Stores verwalten 189
11.13 Konfiguration 191
11.13.1 Allgemein - Allgemein 193
11.13.2 Allgemein - Web 194
11.13.3 Allgemein - Gestaltung 194
11.13.4 Allgemein - Einrichtung der Währung 194
11.13.5 Allgemein - Store E-Mail Adressen 197
11.13.6 Allgemein - Kontakte 197
11.13.7 Katalog - Katalog 198
11.13.8 Katalog - Inventar 208
11.13.9 Katalog – Google Sitemap 210
11.13.10 Katalog – RSS Feeds 211
11.13.11 Katalog – E-Mails an einen Freund 212
11.13.12 Kunden - Newsletter 213
11.13.13 Kunden - Kundenkonfiguration 214
11.13.14 Kunden – Wunschzettel 217
11.13.15 Verkäufe – Verkäufe 218
11.13.16 Verkäufe – Verkaufsmails 222
11.13.17 Verkäufe – PDF Print-outs 224

11.13.18 Verkäufe – Steuer 224
11.13.19 Verkäufe – Zur Kasse 227
11.13.20 Verkäufe – Versandeinstellungen 230
11.13.21 Verkäufe – Versandarten 232
11.13.22 Verkäufe – Google API 235
11.13.23 Verkäufe – PayPal Kundenkonten 243
11.13.24 Verkäufe – Zahlungsmöglichkeiten 243
11.13.25 Services – Magento Core Api 248
11.13.26 Erweitert – Admin 248
11.13.27 Erweitert – System 249
11.13.28 Erweitert - Erweitert 249
11.13.29 Erweitert - Entwickleroptionen 249
12 Tipps und Tricks 250
12.1 Auswahl aus Listen 250
12.2 Spaltensortierung 251
12.3 Kalender 251
13 Fragen oder Anregungen 254

1 Was sie vorab wissen sollten

Die neue Open Source Shopsoftware Magento hat bereits in der Betaphase für einiges an Wirbel und Aufmerksamkeit gesorgt. Dennoch war es überraschend, dass die Software bereits vor dem offiziellen Release über 200.000-mal herunter geladen wurde.

Seit 31.03.2008 steht Magento in der Version 1.0 offiziell zum Download bereit, Ende Juli 08 wurde Release 1.1 und Ende Dezember 08 Release 1.2 veröffentlicht. Sowohl diese großen Releases als auch die zwischendurch noch angebotenen Releases enthalten zahlreiche Verbesserungen, neuen Features und natürlich Bugfixes. Inzwischen wird offiziell von über 600.000 Downloads berichtet.
Bei dieser Entwicklung läuft alles darauf hinaus, dass Magento mittel- und langfristig zum neuen Star im Bereich Shopsoftware aufsteigen wird.

1.1 Was ist das Besondere an Magento?

Magento ist Open Source. Das bedeutet, dass für die Software zum einen keinerlei Lizenzkosten anfallen, zum anderen der Quellcode offen liegt, wodurch Magento jederzeit an die individuellen Bedürfnisse des Shop-Betreibers angepasst werden kann. Technologisch setzt Varien – der Hersteller von Magento – auf das ZEND-Framework. Die Software ist daher beliebig skalier- und erweiterbar und wächst problemlos mit dem Shop mit. Hierdurch sind der Flexibilität kaum Grenzen gesetzt. Durch eine klare Trennung zwischen Programmkern und (individuellen) Funktionalitäten bleibt die Update-Fähigkeit jederzeit erhalten.

Diese Flexibilität bekommt man allerdings nicht ganz umsonst – man erkauft sie sich mit einem erhöhten Einarbeitungs- und Programmieraufwand sowie einem erhöhten Hardware-Bedarf. In diesem Zusammenhang sollte eines unbedingt beachtet werden: Wer sich ernsthaft mit der Magento-Programmierung auseinandersetzen möchte, sollte Erfahrung im Umgang mit Entwicklungs-Frameworks sowie fundierte PHP-Kenntnisse mitbringen. Andernfalls werden sich die ersten Schritte entsprechend schwierig und langwierig gestalten.

1.2 SKU – Das Shopkonzept von Magento

Um die Logik hinter Magento und damit die Funktionalitäten und Möglichkeiten besser verstehen zu können, sollte man sich zu Beginn mit den Grundzügen der so genannten SKUs (Stock Keeping Unit) vertraut machen, auf denen das Shopkonzept basiert. Dies ist vor allem deshalb interessant, weil dadurch die Thematik der Simple-Products vs. Configurable-Products – eine Eigenheit von Magento bei der Produktanlage und Verwaltung - recht plastisch wird.

Unter der Stock Keeping Unit - kurz SKU - versteht man die eindeutige Bezeichnung eines Produktes anhand einer Produktkennung. Meist erfolgt dies in Form von aphanumerischen Kombinationen. Dies bedeutet in der Praxis, dass es für jedes Produkt - besser gesagt für jede Ausprägung eines Produktes - eine eindeutige Nummer und somit eine eindeutige Zuordnung gibt.

Ein Beispiel aus der Praxis soll dies verdeutlichen. Ein Onlineshop verkauft T-Shirts in unterschiedlichen Farben und Größen. Das T-Shirt gibt es in den Größen M, L und XL sowie in den Farben weiß, grün, blau und rot. Die Basis-Artikelnummer für dieses Modell lautet beispielsweise 1176. Die weiteren Attribute (Farbe und Größe) werden mit eigenen Zahlenkennungen versehen, die z.B. wie folgt aussehen könnten und an die Basis-Artikelnummer angehängt werden:

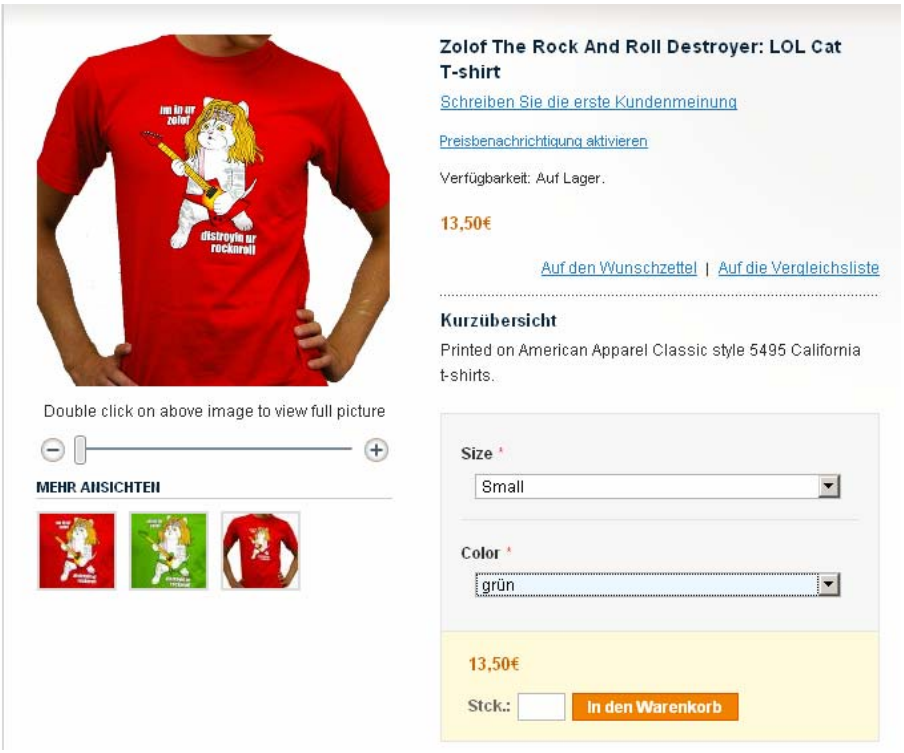
Größen	**Farben**
M = 1	Weiß = 1
L = 2	Grün = 2
XL = 3	Blau = 3
	Rot = 4

Somit würde sich die Artikelnummer für ein rotes T-Shirt in der Größe L wie folgt zusammensetzten:

Basisnummer: 1176, Größe L = 2, Farbe Rot = 4

Eindeutige Artikelnummer (SKU): 1176-2-4

Jede Produktvariante wird dadurch mit einer eindeutigen Artikelnummer belegt, wodurch eine virtuelle Lagerhaltung ganz realitätsnah möglich wird. Magento hat zu diesem Zweck das System der Simple-Products sowie Configurable-Products eingeführt. In obigem Beispiel ist unser rotes T-Shirt in Größe L ein Simple-Product mit eindeutiger Kennung (SKU), das über das Back-End zu einem Configurable Product mit den entsprechenden Attributen (lieferbare Farben und Größen) zusammengefasst wird. Dadurch wird das Produkt (hier das T-Shirt) im Magento-Shop auch nur einmal angezeigt - jedoch mit den unterschiedlichen und auswählbaren Ausprägungen. Vereinfacht kann man daher sagen, dass es sich bei einem Configurable-Product lediglich um eine optimierte und zusammengefasste Darstellungsform für ein Produkt handelt. Somit wird vermieden, dass ein identisches Produkt mit verschiedenen Ausprägungen x-mal im Shop angezeigt wird.



1.3 Made-to-Order-Produkte – Ein interessanter Sonderfall

Hinter dem Ausdruck „Made-to-Order-Produkt“ stehen – einfach ausgedrückt – Produkte, die auf speziellen Kundenwunsch hin gefertigt werden. In diesem Zusammenhang spricht man häufig auch von so genannten Customized Products.

Zunächst stelle man sich einen PC-Shop vor, bei dem zehn verschiedene Gehäuse mit je zehn verschiedenen Netzteilen, Mainboards, Festplatten, Grafikkarten und Prozessoren kombiniert werden können. Von zusätzlichem Zubehör wie Tastaturen und Monitoren ganz zu schweigen.

Man kann sich schnell ausrechnen, dass es bei je zehn Möglichkeiten sage und schreibe eine Million mögliche Kombinationen gibt, jede davon mit einer eigenen Artikelnummer. Und das für nur einen PC... Logisch, dass man nicht alle 1.000.000 Simple Products anlegen kann, da man sonst zum einen eine stattliche Serverfarm zum Betrieb des Shops benötigen würde, und zum anderen eine ganze Armee an Administratoren, die das Ganze einpflegen.

Ein zweites, einfacheres Beispiel sei ein Schreinerbetrieb mit Onlineshop, der Holzbretter auf jede beliebige Länge zuschneiden kann. Sehr schnell wird klar, dass man nicht für jede mögliche Länge, die ein Kunde bestellen möchte, ein eigenes Simple Product mit eigener Artikelnummer anlegen kann.

Für das zweite Beispiel beschreibt Mark Kimsal in seinem empfehlenswerten Buch „php|architect's Guide to Programming Magento“[1] eine mögliche Vorgehensweise, die jedoch nur ein Provisorium sein kann, keine endgültige Lösung. Ähnlich sieht es auch mit Gravuren oder Drucken aus.

Deutlich schöner und sauberer ist die Funktionalität der sog. „custom Attributes“, welche in Magento Version 1.1 zusätzlich eingeführt wurden. Damit ist es für Made-to-Order-Produkte nicht mehr nötig, ein Configurable Produkt mit unzähligen Simple Products anzulegen, sondern es reicht ein einziges Simple Product, dem nur gesagt wird, welche Auswahlfelder und -möglichkeiten es gibt. Ein eindeutiges Produkt wird dann – auf Wunsch mit Artikelnummer – automatisch und erst beim Bestellvorgang generiert.

[1] http://www.phparch.com/c/books/id/9780973862171

Dank dieser Funktion erschließt sich Magento ein zusätzliches, recht attraktives Marktsegment und die auf Kundenwunsch produzierenden Betriebe kommen auch in den Genuss der Shop-Lösung.

1.4 Große Flexibilität bedeutet auch Einschränkung

Es gibt viel zu beachten, wenn man sich ernsthaft mit Magento auseinandersetzen will – egal ob aus der Perspektive des Entwicklers oder des Shopbetreibers. Ein besonders wichtiger Punkt sei hier zu Beginn erwähnt: „Lassen sie sich nicht zu sehr von der zweifellos herausragenden und durchdachten Bedienung (und Programmierung) „blenden“.

Es steht außer Frage, dass mit Magento sehr gute Ergebnisse erzielt werden können – doch nicht ohne eigenes Engagement. Weder werden sich die Produkte von alleine in den Shop einpflegen, noch wird sich die Oberfläche von selbst dem Kundenwunsch anpassen. Es ist wie bei jedem ernsthaften Vorhaben notwendig, ein gutes Stück Arbeit in den Shop zu investieren. Ist man dazu bereit, wird das Ergebnis überzeugen. Ist man es nicht, wird am Ende auch kein guter Shop entstehen.

Wo liegen nun die besonders aufwändigen Arbeiten aus Sicht des Shop-Betreibers? Nach der Erstellung der Templates sowie Anpassung der Funktionalitäten müssen die Produkte zunächst in den Shop übernommen werden.

Es gibt Importer für osCommerce und zahlreiche andere CSV- oder XML-basierte Formate. Doch man darf nicht außer Acht lassen, dass all diese Programme nichts weiter tun, als den vorhandenen Datenbestand „dumm“ und ohne darüber nachzudenken, wie und wo man etwas verfeinern könnte, in den Shop einzutragen. Für einen Start mag das bei einer großen Produktanzahl vertretbar sein, doch je mehr Pflege man seinem Shop zu teil werden lässt, desto mehr Magento-Features können voll ausgenutzt werden. Schlagworte wie Layered Navigation, Produkt-Tagging oder Cross-Sells sprechen hier für sich.

Wenn man auf einen solchen Importer ganz oder teilweise verzichtet, bietet sich eine ganz andere, oft vernachlässigte Möglichkeit – das „Fein-Tuning“ der Attributsets für

jede Kategorie, die Vergabe passender Produktattribute und –tags sowie die Anpassung der Beschreibungstexte. Macht man sich diese Mühe, können die Kunden ihr Wunschprodukt schneller und eindeutiger finden, Suchmaschinen werden den Shop „sympathischer“ finden und der Pflegeaufwand wird auf lange Sicht gesehen sogar erleichtert.

Natürlich ist es ab einer gewissen Produktanzahl nicht mehr möglich, gänzlich auf einen automatischen Importvorgang zu verzichten. In diesem Falle sollte ein Kompromiss zwischen Automatismen und manuellen Eingriffen geschlossen werden, zum Beispiel indem die Attributsets zumindest grob eingeteilt werden, die Produkte dann aber mit den vorhandenen Attributwerten in den Shop importiert werden.

Sowohl aus Sicht des Shopbetreibers als auch aus Sicht des Entwicklers gilt eine Maxime: Je sauberer und überlegter am Anfang (in der kritischsten Phase also) begonnen wird, desto leichter lässt sich der Shop in Zukunft pflegen und weiterentwickeln. Wird stets nach den optimalen Mustern vorgegangen, kann ein auf Magento basierender Shop annähernd unbegrenzt erweitert werden. Insofern sollte man sich vor Einführung eines Magento-Shops gerade im konzeptionellen Bereich einige Gedanken machen. Dieser Mehraufwand wird sich – besonders im Hinblick auf Skalier- und Erweiterbarkeit – langfristig definitiv lohnen.

1.5 Magento Performance

Immer wieder macht das Gerücht die Runde, die Performance, also die Seitenladedauer, die Zugriffszeiten und der Datendurchsatz von Magento sei grottenlangsam, ja von Schneckentempo ist sogar die Rede.
Was ist denn nun dran an diesen Einschätzungen? Sind es nur rein subjektive Beobachtungen oder lassen sie sich durch Fakten untermauern? Stimmt es am Ende wirklich, dass Magento Commerce sogar von einer Schildkröte überholt wird?
Die Antwort ist ein ganz klares *jein*. Auf der einen Seite ist es nicht von der Hand zu weisen, dass die Seitenladezeiten von Magento hinter der von z.B. osCommerce hinterherhinken. Allerdings ist ein zu direkter Vergleich der beiden Systeme nicht angebracht.

PHP-Äpfel und Java-Birnen

Warum kann man Magento Commerce nicht mit *all den anderen* vergleichen? Das ist recht einfach erklärt: während xt:Commerce, xoom, und wie sie nicht alle heißen, die leicht aufgebohrten, aber im Kern immer noch unveränderten Abkömmlinge des inzwischen bereits 8 Jahre alten osCommerce sind, stellt Magento eine absolute Neuentwicklung dar. Auch Shops wie z.B. der FWP Shop und andere kleine PHP-Shops sind für einen direkten Vergleich ungeeignet. Es ist wie mit den Äpfeln und Birnen - ein Vergleich klappt nicht so richtig.

Auf Grund nur einer einzigen Tatsache drängt sich der direkte Vergleich zwischen Magento und den bisherigen OpenSource-Shops überhaupt erst auf: beide sind in PHP programmiert. Doch da hören die Gemeinsamkeiten eigentlich auch schon wieder auf.

Wäre Magento Commerce in Java geschrieben, wie es lange Zeit für Software auf Enterprise-Niveau üblich war – würde niemand wagen, schlechtere Performance als bei einem „billigen“ PHP-Shop anzuprangern. Und von Enterprise-Software kann bei Magento allemal die Rede sein. Wer käme schon auf die Idee, eine *J2EE* oder *JBoss* Anwendung auf einem Webspace für 6,50 € pro Monat laufen zu lassen - wenn es denn überhaupt möglich ist? Für eine solche Software ist mindestens ein großes Shared-Hosting Paket, besser noch ein eigener Server zu betreiben. Dann stimmt’s auch mit der Geschwindigkeit.

Ist das alles denn überhaupt gerechtfertigt?

Hier bietet sich ein Vergleich zu anderen Softwareprodukten an. Wer ein neues Betriebssystem auf seinem Computer haben will, mit vielen tollen neuen Funktionen, wundert sich auch nicht darüber, dass es entweder langsamer läuft als das alte, oder dass er einen schnelleren Rechner kaufen muss. Genauso läuft es doch mit Computerspielen: schönere Grafik, größere Spielgebiete - aber dafür muss ein richtig dicker Computer her, oder es erinnert eher an eine interaktive Diashow als an ein Spiel.

Und so ist es auch bei Magento. Es handelt sich um Software, die zwar nicht auf dem heimischen PC, sondern einem Server in einem Rechenzentrum läuft. Trotzdem bleiben die Regeln gleich: Mehr Funktionen bedeuten mehr Leistungsbedarf.

Tröstlich sind hier die Folgen, die sich daraus ergeben. Während man beim Einpflegen von Produktdaten in osCommerce (und seinen Abkömmlingen) regelmäßig Magenschmerzen bekommt, so ist es unter Magento die reinste Freude.

- *Zeitgesteuert* unterschiedliche *Layouts*? Kein Problem!
- Umfangreiche *Umsatz-* und *Besucherstatistiken*? Bereits integriert!
- Flexible *Im-* und *Exportmöglichkeiten*? Magento bietet auch das.

Doch das ist nur die eine Seite. Die andere - für ein langes Shop-Leben noch wichtigere - ist die Möglichkeit, auf einfache und vor allem saubere Weise neue Module und Erweiterungen zu programmieren, die sich wie Legosteine perfekt in das restliche System einfügen und bei Bedarf einfach auch wieder entfernt werden können.
Ob man dafür die etwas höheren Hostingkosten akzeptiert, muss jeder selbst wissen.

1.6 Hardwarevoraussetzungen und Hosting

Wie steht es nun konkret mit den Serveranforderungen von Magento? Die Software bietet mehr als seine Open-Source-Vorgänger, also verlangt es auch mehr Leistung – eigentlich ganz einfach. Alles andere als einfach ist es allerdings, dies zu akzeptieren und sich der nötigen Investitionen bewusst zu werden. Ein brauchbarer, dedizierter Server beginnt bei ca. 99 € pro Monat, wobei die Preisskala nach oben fast komplett offen ist.

Doch das sollte einem ein Enterprise-Software-System auch wert sein, schließlich bekommt man mit Magento auch allerhand geboten – neben den Features sei hier nochmals auf die Stichworte Skalierbarkeit, Erweiterbarkeit und Update-Fähigkeit hingewiesen. Zusätzlich sorgt ein ansprechender Shop mit nützlichen Funktionen in aller Regel auch für mehr Umsatz.

1.6.1 Hardware-Anforderungen

Um in einem kleinen oder mittelgroßen Shop (bis zu mehrere hundert Produkte) eine vernünftige Performance auch bei Lastspitzen zu erreichen, sollte es schon ein Dual-Core-Prozessor mit nicht weniger als 2,5 GHz pro Kern und mindestens 2, besser 4 GB Arbeitsspeicher sein. Gern wird auch ein inzwischen bezahlbarer Quad-Core-Prozessor eingesetzt, wobei grundsätzlich die Devise gilt: Mehr Arbeitsspeicher schadet definitiv nie. Beim Speicherplatz kann von wenigen bis hin zu mehreren hundert Gigabyte gerechnet werden, je nachdem wie viele Bilder und/oder Videos man einpflegen möchte und wie groß diese sind.

1.6.2 Betriebssystem und Konfiguration

Als Betriebssystem wird eine Linux Distribution mit 64bit verwendet. 32 bit sind nicht empfehlenswert, da die Performance bei umfangreichen Datenbankoperationen stark einbrechen kann. Ein Apache 2-Server in Verbindung mit PHP 5.2 und MySQL 5 sorgen dafür, dass Magento ordentlich läuft.

Den allergrößten Performance-Schub bringt ein ordentlicher Opcode Cache. Dies ist ein PHP-Modul, welches den kompilierten Code bei der ersten Ausführung von Magento zwischenspeichert. Dadurch kann der ständig wiederkehrende (und meistens unnötige) Schritt des Kompilierens beim erneuten Aufruf komplett entfallen, was ordentlich Zeit spart. Unsere Wahl und auch die Empfehlung des Magento-Entwicklerteams ist APC (Advanced PHP Cache).

1.6.3 Beispiel für Magento-Hosting

Wie sieht nun ein mögliches Hosting für Magento auf einem dedizierten Server aus? Host Europe ist beispielsweise einer der größeren Hosting-Provider, der unterschiedlichste Serverlösungen für verschiedenste Ansprüche bereitstellen kann. Für einen mittleren Magento-Shop hat die nachfolgende Konfiguration ihre Praxistauglichkeit bereits mehrfach unter Beweis gestellt:

Als Basis dient der Host-Europe Server L 6.0. Hierbei handelt es sich um einen Dell PowerEdge R200 mit einem Dual Core Intel Xeon E3110 (2 × 3,00 GHz, 6 MB Cache). Der Server verfügt standardmäßig über 2 GB RAM und eine 160 GB SATA Festplatte. Aus Sicherheitsgründen wird hier auf 2 x 160 GB SATA Raid 1 upgegradet. Als Betriebssystem kommt Linux Debian 64 Bit zum Einsatz.

Im monatlichen Preis von 119 Euro sind 5.000 GB Transfervolumen enthalten. Mit dieser Ausgestaltung lässt sich bereits ein recht ansehnlicher Webshop betreiben. Mit einigen softwareseitigen Optimierungen sollte die Performance mit dieser Hardware definitiv keinen Anlass zur Kritik geben.

Was hier allerdings einen etwas unangenehmen Nachgeschmack hinterlässt: Die Vertragslaufzeit beträgt bei Host Europe standardmäßig 36 Monate.

Hosting-Pakete für Magento gibt es sowohl für kleine als auch für große Projekte. Bei der Auswahl sollte man die oben genannten Entscheidungskriterien für das Magento-Hosting beachten.
Hier nun ein Blick auf sieben unterschiedliche Anbieter:

Siteground

Mit Siteground steht ein großer, amerikanischer Hosting-Anbieter am Start, der seit geraumer Zeit Magento-Hosting-Lösungen anbietet. Siteground besticht durch extrem günstige Konditionen und eine üppige Ausstattung. Ein paar Eckdaten zum angebotenen Magento-Hosting-Paket:

- Kostenlose Domain
- 750 GB Webspace
- 7500 GB Transfervolumen
- Kostenlose Magento-Installation per Admin-Oberfläche
- Unbegrenzte Zahl an E-Mail-Konten
- Unbegrenzte MySQL-Datenbanken
- Unbegrenzter FTP-Zugang

Der Preis für das Hosting ist abhängig von der Vertragslaufzeit und beginnt bei 5,95 US-Dollar pro Monat. Fairerweise sollte man jedoch erwähnen, dass man von einem derartigen Hosting-Paket keine Wunder erwarten darf....

Infos zum Siteground Magento-Hosting: www.siteground.com/magento-hosting.htm

ITABS

Der Provider ITABS bietet ebenfalls spezielle Magento-Hosting-Pakete in unterschiedlichsten Ausbaustufen an. Um die erste Schritte mit Magento möglichst einfach zu gestalten, ist Magento hier bereits vorinstalliert.

ITABS bietet dabei sowohl günstige Shared-Hosting-Pakete als auch professionelle Dedicated Serverlösungen in unterschiedlichsten Ausgestaltungen an.

Im Bereich der Einsteigerpakete werden vier Ausbaustufen angeboten, die preislich zwischen 8,95 und 24,95 Euro pro Monat liegen. Hier ein kurzer Leistungsüberblick:

- kostenlose Domain
- 500 MB – 2 GB Webspace
- 500 GB Transfervolumen
- vorinstalliertes Magento
- eine MySQL-Datenbank
- 250 – 1.000 FTP-Zugänge

Neben den Magento-Shared-Hosting-Paketen bietet ITABS auch Managed Serverlösungen für Magento an. Die Preise liegen hier zwischen 119,95 und 129,95 Euro. Interessant ist hier die kurze Vertragslaufzeit von einem Monat.

Infos zum ITABS Magento-Hosting: www.itabs.de/webhosting-paket-magento.html

Incoweb

Incoweb ist Magento Silber-Partner und bietet ebenfalls ein für die Shopsoftware optimiertes Hosting-Paket an. Nach eigenen Aussagen werden nur wenige Kunden pro Server zugelassen, um eine bestmögliche Performance sicherstellen zu können. Offen bleibt hier allerdings, was Incoweb unter "wenigen Kunden" versteht.

Positiv fällt ein großzügiges Support- und Testangebot auf, mit dem man das Incoweb Magento-Hosting kostenlos und unverbindlich für 30 Tage testen kann. Außerdem steht eine kostenlose Bestell- und auch Support-Hotline zur Verfügung.

- zwei kostenlose .de-Domains
- 10 GB Webspace
- 100 GB Transfervolumen
- Vorinstalliertes Magento
- 250 E-Mail-Postfächer
- fünf MySQL-Datenbanken

Das Magento-Hosting-Paket von Incoweb kostet EUR 29,90 pro Monat. Es fällt eine einmalige Einrichtungsgebühr von EUR 19,90 an.

Für anspruchsvolle Webshops bietet Incoweb darüber hinaus Managed-Server-Lösungen an, die preislich zwischen EUR 129.- und EUR 189.- liegen.

Info zum Incoweb Magento-Hosting: www.incoweb.de/magento_hosting.html

Rackspeed

Bei Rackspeed handelt es sich um einen deutschen Hosting-Provider, der seit kurzem spezielle Magento-Hosting-Pakete anbietet, die in verschiedenen Ausbaustufen zur Verfügung stehen. Gemäß eigenen Aussagen wird die Shopsoftware dabei speziell auf einer für Magento Commerce abgestimmten Hostingumgebung mit PHP 5.2.6, MySQL 5.0 und allen erforderlichen Modulen betrieben.

Als Interessent kann man sich kostenlos sieben Tage lang von der Leistung des Hostingpakets überzeugen. Die Magento-Hosting-Pakete von Rackspeed verfügen über eine Mindestlaufzeit von drei Monaten. Es fallen keine Einrichtungsgebühren an.

- 1 bis 10 GB Webspace
- 5 bis 50 GB Transfervolumen
- Vorinstalliertes Magento
- 10 bis 100 E-Mail-Postfächer
- 2 bis 20 MySQL-Datenbanken

Es stehen vier unterschiedliche Pakete zur Verfügung, die sich hinsichtlich ihrer Ausstattung und dem Preis unterscheiden. Die Preisspanne reicht dabei von 9,99 bis hin zu 34,99 Euro pro Monat. Je nach gewählter Preisstufe werden dabei auch weniger Kunden pro CPU zugelassen.

Info zum Rackspeed Magento-Hosting: http://rackspeed.de/webhosting/magento-hosting.html

Symmetrics

Die Symmetrics GmbH aus Hannover stellt drei Magento-Hosting-Angebote zur Verfügung. Hierbei kommt eine Cluster-Architektur zum Einsatz, die speziell für E-Commerce-Anwendungen ausgelegt ist. Gemäß Aussagen von Symmetrics werden nur "wenige Kunden" pro CPU zugelassen.

- kostenlose Domain
- 2 bis 10 GB Webspace
- 10 bis 50 GB Transfervolumen
- Vorinstalliertes Magento
- 10 bis 100 E-Mail-Postfächer
- MySQL-Datenbanken kostenlos
- Kunden pro CPU: zwei bis sechs

Symmetrics bietet drei unterschiedliche Hosting-Pakete an, die preislich zwischen 39 und 99 Euro liegen. Die Vertragslaufzeit beträgt hier jeweils zwölf Monate. Die einmalige Einrichtungsgebühr beläuft sich auf 175 Euro.

Info zum Symmetrics Magento-Hosting: www.symmetrics.de/de/services/magento-hosting.html.

NEXCESS

Bei NEXCESS handelt es sich um einen amerikanischen Hosting-Provider, der ebenfalls Magento-Hosting-Lösungen anbietet. In diesem Fall steht ein für Magento optimierter dedizierter Server zur Verfügung, der über folgende Leistungsmerkmale verfügt:

- 2,4 GHz Celeron
- 512 MB RAM (zusätzlicher RAM: 12,50 US-Dollar pro Monat / 512 MB)
- 2 x 80 GB HDD (7.200 U/min, RAID 1)
- 2.000 GB Transfervolumen
- Kostenloser Remote Reboot
- zwei IP-Addressen

- vorinstalliertes Magento

Zusätzlich besteht die Möglichkeit, den Server online individuell zu konfigurieren. Preislich beginnt der NEXCESS-Server bei 49,90 US-Dollar pro Monat. Es entstehen keine Einrichtungsgebühren.

Infos zum NEXCESS Magento-Hosting: www.nexcess.net/software/magento-web-hosting.php.

Phoenix-Medien

Der Magento Silber-Partner Phoenix-Medien bietet Hosting in einem speziell abgestimmten Magento-Cluster an. Hierzu stehen mehrfach redundante Web- sowie Datenbankserver zur Verfügung, die über zwei Loadbalancer gesteuert werden.

Detailliertere Angaben über die genauere Ausgestaltung der Magento-Hosting-Pakete sind leider nicht verfügbar. Bei einer Mindestvertragslaufzeit von zwölf Monaten fallen für das Hosting 99 Euro pro Monat an. Bei Abschluss wird eine einmalige Einrichtungsgebühr von 99 Euro fällig.

Info zum Phoenix-Medien Magento-Hosting:
http://www.nexcess.net/software/magento-web-hosting.php

Magento-Hosting-Pakete gibt es also inzwischen in verschiedensten Ausgestaltungen und für jeden Geldbeutel. Man sollte immer berücksichtigen, dass Magento nicht zimperlich ist, was die Hardwareanforderungen angeht, und im Zweifelsfalle lieber etwas höher dimensionieren.
Da man in der heutigen Zeit nur selten etwas geschenkt bekommt, sollte man bei sehr preisgünstigen Hosting-Lösungen durchaus etwas kritischer sein. Das soll nicht bedeuten, dass Magento auf einer günstigen Shared-Hosting-Lösung überhaupt nicht funktioniert. Bei kleineren und wenig frequentierten Shops kann dies durchaus praktikabel sein.
Viele Shops werden eine vernünftige Performance jedoch nur mit einem vernünftig dimensionierten Server realisieren können. Daher sollte ein eigener Server - insbesondere bei größeren Shops - in jedem Fall in die engere Auswahl genommen werden. Wer hier beim Hosting spart, spart definitiv am falschen Ende und könnte so möglicherweise die eine oder andere Überraschung erleben.

Mit dem passenden Hosting-Provider sowie einigen softwareseitigen Optimierungen wird man mit Magento aber sicherlich Freude haben.

1.7 Interview mit den Magento-Gründern

Gut zwei Monate nach dem offiziellen Release von Magento 1.0 haben wir mit den Entwicklern bei Varien - der Agentur hinter Magento – gesprochen, um ein paar allgemeine Infos, einige News und erste Feedbacks zu bekommen:

***TechDivision**: Wie lange gibt es Varien bereits und wie lange beschäftigt ihr euch mit dem Thema eCommerce?*

Varien: Varien wurde 2001 als klassische Online-Agentur gegründet. Ab 2004 begann man, sich auf Open Source eCommerce Lösungen zu fokussieren und wurde in der Folge eines der größten Beratungsunternehmen in den USA auf diesem Gebiet.

***TechDivision**: Was war der Grund für die Entwicklung von Magento und warum entschloss man sich zu einem Open Source Ansatz?*

Varien: Die verfügbaren Lösungen am Markt waren beschränkt. Es schien auch so, dass die Weiterentwicklung der bestehenden Systeme ins Stocken geriet. Aufgrund unserer langjährigen Erfahrung waren wir überzeugt, eine Software schaffen zu können, die hier neue Maßstäbe setzt. Da wir bereits in der Vergangenheit im Open Source Umfeld tätig waren, kam für uns nur dieser Schritt in Frage. Wir wollten der Community etwas zurückgeben und von ihr auch weiter profitieren. Über diese Entscheidung sind wir sehr glücklich und glauben fest an das von uns eingeschlagene kommerzielle Open Source Model.

***TechDivision**: Wann wurde mit der Konzeption und Entwicklung von Magento begonnen?*

Varien: Die Konzeptphase für Magento begann im März 2007. Im Mai 2007 stand dann unser Kern-Entwicklerteam und die eigentliche Arbeit konnte beginnen. Eine erste Beta-Version war bereits Ende August 2007 verfügbar.

***TechDivision**: Was waren die Benchmarks für Magento?*

Varien: Wir haben uns im Vorfeld intensiv mit einer Vielzahl an Applikationen beschäftigt und hunderte von eCommerce Webseiten analysiert. Man kann hier nicht

sagen, dass ein Tool oder eine Anwendung als Benchmark vorgegeben wurde. Wir haben vielmehr eine Menge aus unterschiedlichsten Applikationen gelernt und uns Ideen geholt. Dabei kam uns natürlich auch die langjährige Erfahrung bei der Arbeit mit Kunden zugute.

***TechDivision**: Warum hat man sich bei der Entwicklung für das Zend-Framework entschieden?*
Varien: Wir wollten ein Framework verwenden, das unserer Ansicht nach das Zeug zum Industrie-Standard hat. Ein Framework, das einen professionellen Background hat und über aktive Entwicklungsprozesse verfügt.

***TechDivision**: Wie viele Leute arbeiten an Magento und wie sind diese organisiert?*
Varien: Das Team begann mit ca. 15 Personen – einschließlich Produktmanagement, Software-Architekten, Entwicklern, UI-Designern und Qualitätssicherung. Die Teamgröße hat sich in den vergangenen Monaten aufgrund der Prioritäten, die wir gesetzt haben, mittlerweile auf ca. 30 Personen erweitert.

***TechDivision**: Was war die größte Herausforderung während des Entwicklungsprozesses?*
Varien: Magento war keine leichte Aufgabe und es gab einige Herausforderungen während der Entwicklung. Die größten Schwierigkeiten lagen jedoch eher im strategischen Umfeld – im Bezug auf Features. Wir haben eine Menge Zeit damit verbracht, den Multi-Store-Support zu realisieren, was sich rückblickend als richtige Entscheidung erwiesen hat.

***TechDivision**: Welche Länder sind für Magento besonders wichtig?*
Varien: Bislang sehen wir enormes Interesse in den europäischen Ländern, insbesondere in Deutschland, Frankreich und England. Nordamerika ist für uns natürlich auch ein sehr wichtiger Markt. Insgesamt betrachtet sehen wir Magento als ein globales Produkt und werden zukünftig auch versuchen, diesen Ansatz weiter zu verfolgen und Magento auch für weitere Länder interessant zu machen.

***TechDivision**: Wie sehen die Pläne für die nahe Zukunft – also bis Ende des Jahres – aus?*

Varien: Bis Jahresende planen wir weitere Produkte und Services. Mehr dazu können wir derzeit aber noch nicht verraten.

***TechDivision**: Was würdet ihr antworten, wenn euch jemand erzählt, dass Magento insgesamt zwar recht interessant ist, aufgrund mangelnder Performance für den Produktivbetrieb derzeit aber noch nicht geeignet ist?*
Varien: Wir würden empfehlen, einen vernünftigen Benchmarkvergleich in einer geeigneten Hosting-Umgebung zu machen. Die Ergebnisse werden mehr als zufrieden stellend ausfallen. Wir sind mit der Performance überaus zufrieden und haben bereits einige große Magento-Shops – die auf Enterprise-Level liegen – realisiert und deren Performance keinerlei Anlass zur Kritik gibt. Wir wissen, dass es bei Shared-Hosting-Paketen und ganz einfachen Hosting-Umgebungen Verbesserungspotential gibt. Hier arbeiten wir auch noch mit Hochdruck daran.

***TechDivision**: Gibt es beim Einsatz von Magento irgendwelche Empfehlungen hinsichtlich Hard- und Software?*
Varien: Allgemeine Aussagen können hier nicht getroffen werden. Vielmehr sollte hier individuell vorgegangen werden.

***TechDivision**: Könnt ihr uns etwas über das bisherige Feedback sagen. Gibt es irgendwelche Wünsche oder Probleme, die ihr so nicht erwartet habt?*
Varien: Das Feedback ist bislang sehr positiv. Wir überwachen die Foren sehr genau und lesen jeden Beitrag, den wir dann ggf. an die entsprechenden Stellen weiterleiten (bislang waren das an die 44.000 Einträge!). Die Sache mit der Performance auf Shared-Hosting-Paketen ist etwas, das uns dann doch etwas überrascht hat, aber wir sind dieses Thema offensiv angegangen und werden hier bereits mit dem nächsten Release nachlegen.
Bislang haben wir hunderte von Feature-Wünschen erhalten. Hier sind wir gerade dabei diese zu priorisieren.

***TechDivision**: Derzeit sind verwandte Produkte nur für sog. configurable products sichtbar. Für den User wäre es doch nützlich, bei einer einer roten Mütze auf ein rotes T-Shirt zu verweisen und bei einer blauen Mütze auf ein blaues T-Shirt. Wird es*

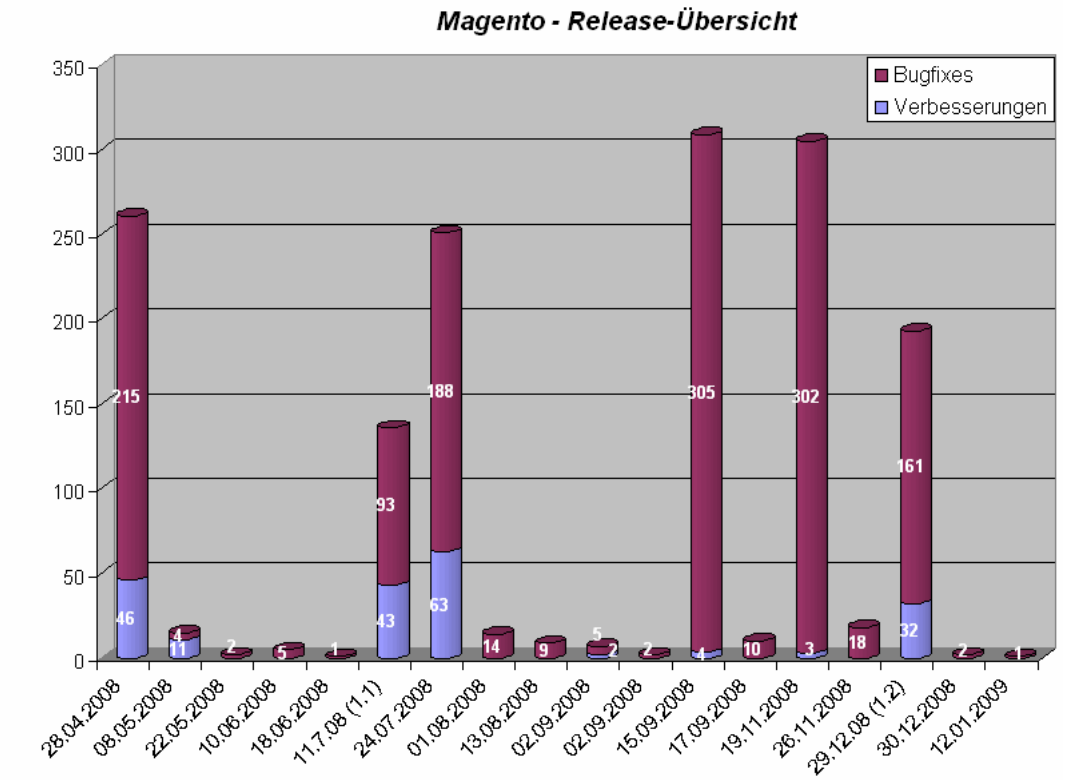
zukünftig möglich sein, ein verwandtes Produkt für ein einzelnes Simple Product, das in einem configurable product zusammengefasst wird, auszuwählen?
Varien: Sehr interessante Idee! Wir sehen das allerdings nicht als Teil des Standardinterface. Es wäre aber wünschenswert, dass diese Extension durch die Community zur Verfügung gestellt wird.

***TechDivision**: Warum ist es derzeit nicht möglich, configurable products zu vergleichen. Natürlich sind hier die Attribute für einen Vergleich nicht geeignet, aber es könnten ja andere Attribute verwendet werden, die für alle simple products gleich sind und ein configurable product ergeben.*
Varien: Wir gehen davon aus, dass dieses Feature in einem nächsten Release verfügbar sein wird.

***TechDivision**: Wird es zukünftig ein „echtes" CMS oder eine Schnittstelle bzw. Integration in ein bestehendes Content Management System (z.B: TYPO3) geben?*
Varien: Bislang gibt es keine konkreten Pläne für die Integration eines vollständigen Content Management Systems. Eine Integration von TYPO3 oder ähnlichen Systemen würden wir aber sehr begrüßen...

1.8 Magento Updates

Magento bzw. Varien und natürlich auch die Community sind sehr aktiv und die Software ist enorm "lebendig". Dies bedeutet, dass die kritischen Stimmen, die man zu Beginn immer wieder gehört hat, hier bislang definitiv eines besseren belehrt wurden.
Seit dem offiziellen Release von Version 1.0 am 31.03.08 wurden bislang 18 Updates veröffentlicht. Dies entspricht einem Monatsschnitt von 1,66 Releases. Es gibt nicht viele Softwareprodukte, bei denen dies der Fall ist.
Die nachfolgende Grafik zeigt die Releases mit der Anzahl an Verbesserungen und Bugfixes.



Das Bild zeigt recht deutlich, dass mit dem ersten Release nach Version 1.0 sowohl einiges an neuen Features aber auch jede Menge Bugfixes berücksichtigt wurden. In letzter Zeit wurde jedoch verstärktes Augenmerk auf die Fehlerbereinigung gelegt - was prinzipiell ja auch Sinn macht.

Die Anzahl der neuen Features - insbesondere Ende April sowie im Juli - lässt sich damit erklären, dass Varien das Feedback aus der Community sehr ernst nimmt und Wünsche und Anregungen direkt berücksichtigt.

Nach dreieinhalb Monaten wurde im Juli 2008 mit Version 1.1 nach einigen Bugfixes das erste größere Update gefahren. Dabei wurde eine Vielzahl an Features, die von der Community gefordert wurden, implementiert. Auch die Anzahl der Bugfixes ist enorm.

In der Folge wurde es dann wieder etwas ruhiger. Die Versionen 1.1.2, 1.1.3 und 1.1.4 beinhalteten Bugfixes sowie zwei Security-Updates. Mit Version 1.1.5 - Mitte September 2008 - wurde das nächste größere Update eingespielt, bei dem neben vier neuen Features auch wieder einiges an Bugs behoben wurde.

Bei der Version 1.1.7, die am 19.11.2008 veröffentlicht wurde, handelt es sich nochmals um ein Update, das primär zur Bereinigung von Fehlern dient. Zusätzlich wurden noch drei neue Features implementiert.

Der nächste große Schritt in der Versionshierarchie folgte im Dezember 2008 mit Version 1.2. Damit hat Varien das „Rennen“ ins neue Jahr bereits mit dem bekannten Tempo eröffnet. Hier wurde neben einer Vielzahl an Bugfixes auch wieder einiges an neuen Features implementiert. Highlight dieser Version ist dabei sicherlich die Unterstützung von sog. Downloadprodukten wie z.B. PDFs, MP3s etc.. Zusätzlich wurde die Layered Navigation in die Suchergebnisse integriert.

1.9 Support von Varien

Am Anfang war das Thema Magento-Support von Varien zum Teil doch etwas undurchsichtig. Die Support-Pakete waren unklar definiert und die Preise für den Gold-Support waren nur auf Anfrage verfügbar. Inzwischen hat Varien reagiert und hier nachgebessert.
In der Vergangenheit erfuhr man auf Anfrage, dass die Höhe für die Gold-Support-Gebühren an die Anzahl der verwendeten CPUs pro Shop gekoppelt war - eine etwas ungewöhnliche und so auch kaum durchzusetzende Variante. Pro Shop und verwendeter CPU wurden hier bislang 1.000 Dollar pro Jahr veranschlagt. Für einen Shop mit Quad-Core-Prozessor hätte dies 4.000 Dollar pro Jahr bedeutet.
Offenbar hat Varien die Konsequenzen aus dem negativen Feedback gezogen und die Support-Pakete für Magento neu definiert. Mit den neuen Supportmöglichkeiten wird das Ganze deutlich plastischer und verständlicher und vor allem auch kundenfreundlicher.
Grundsätzlich gibt es drei Support-Stufen:

- Silber
- Gold
- Platinum

Die Verfügbarkeit und die Preise der Support-Pakete sind von der Anzahl der eingesetzten Server abhängig. Dabei geht man bei Varien davon aus, dass ein großer Shop mit drei Servern mehr Support benötigt als "Lieschen Müllers Shop" mit einem Server, was auch die unterschiedlichen Preise begründet.
Der Silber-Support ist nur für kleinere Shops mit einem Server verfügbar. Danach muss die Gold- oder Platinum-Version gebucht werden, wobei die Preise dann zwischen $ 200 und $ 1.250 pro Monat für vier Server schwanken. Für noch größere Installationen sind Preise nur auf Anfrage verfügbar.

Was bekommt man aber jetzt für sein Geld?

Magento Silber Support

- rein webbasierter Support über Ticket-System
- bis zu 8 Supportfälle pro Jahr
- Reaktionszeit: 2 Werktage
- 1 Support-Kontakt (= Person die Support anfragen darf)
- Preis: $ 42.- pro Monat

Magento Gold Support

- Telefonischer Support für Notfälle zu normalen Arbeitszeiten
- Webbasierter Support über Ticket-System
- bis zu 20 Support-Anfragen pro Jahr
- Reaktionszeit: innerhalb von 4 Stunden während der normalen Arbeitszeiten
- 2 Support-Kontakte (= Personen die Support anfragen dürfen)
- Preis: ab $ 200 pro Monat

Magento Platinum Support

- Telefonischer Support rund um die Uhr (24/7)
- Webbasierter Support über Ticket-System
- Unbegrenzte Anzahl an Support-Anfragen
- Reaktionszeit: innerhalb von 2 Stunden
- 5 Support-Kontakte (= Personen die Support anfragen dürfen)
- Preis: ab $ 400 pro Monat

Der Support hilft allerdings nur bei der Installation und Konfiguration der Standard-Version. Sobald eigene Extensions ins Spiel kommen, ist nicht mehr der Support, sondern der „Professional Service“ von Varien der korrekte Ansprechpartner.
Wer mit englischer Unterstützung von Varien nicht viel anfangen kann, kann sich an die Magento-Partner im eigenen Land wenden.
Alle Details zu Support, Service und Partnern gibt es bei Varien im Web.

1.10 Fazit

Wir glauben, dass mit Magento eine echte Macht heranwächst, die alle bisherigen Open Source Shop-Systeme in den Schatten stellt. Durch die intelligente Software-Architektur lassen sich selbst komplexeste Anforderungen jederzeit realisieren –

Magento bleibt dabei aber immer updatefähig, da die eigentliche Entwicklung in Modulen erfolgt und der Kern unangetastet bleibt.

Man sollte allerdings immer berücksichtigen, dass Magento – auch aufgrund der doch recht komplexen Strukturen – einiges an Einarbeitungsaufwand erfordert und hier PHP-Grundkenntnisse kaum mehr ausreichen werden. Auch die Anforderungen an die Hardware – bedingt durch den Framework-Ansatz – fallen deutlich höher aus als dies bei anderen Shop-Systemen der Fall ist.

Abschließend bleibt eigentlich nur eines zu sagen: Wer auf der Suche nach einer flexiblen und skalierbaren Shop-Lösung mit umfangreichen Features ist und im Gegenzug nicht vor erhöhtem Einarbeitungsaufwand sowie Hardwareeinsatz zurückschreckt, wird bei Magento mit hoher Wahrscheinlichkeit richtig liegen und an der Shop-Lösungen lange seine Freude haben.

2 Magento – Der Einstieg

Dieses E-Book beschreibt das Backend von Magento. Es erklärt, wie man dort Produkte, Kunden und statische Seiten anlegen und pflegen kann, wie Bestellungen, Sonderaktionen und Umfragen abgewickelt werden können, welche Berichte standardmäßig angeboten werden, wie der Newsletterversand erfolgt und wie die Grundeinstellungen konfiguriert werden können. Es bietet damit einerseits einen Überblick über den derzeitigen Funktionsumfang und kann andererseits als Einstiegslektüre und Nachschlagwerk für Shopbetreiber verwendet werden.

Dieses e-Book liegt in der 2. Auflage vor und behandelt alle Navigationspunkte des Back-Ends, die fachliche Administratoren wie Redakteure oder Sachbearbeiter verwenden werden. Aufgaben, die Eingriffe in das System oder Zugriffe auf den Server erfordern, werden hier nicht im Detail beschrieben.

Die Inhalte beziehen sich auf die Magento-Version 1.2.0.2. Die einzelnen Schritte werden an einer deutschen Standardinstallation von Magento erläutert, auch wenn manche Übersetzungen aus dem Englischen noch immer etwas holprig oder schlicht nicht vorhanden sind.
Wer die reine englische Version oder eine andere Sprache bevorzugt, findet das Auswahlfeld links in der Fußzeile des Backends:

2.1 Anmeldung

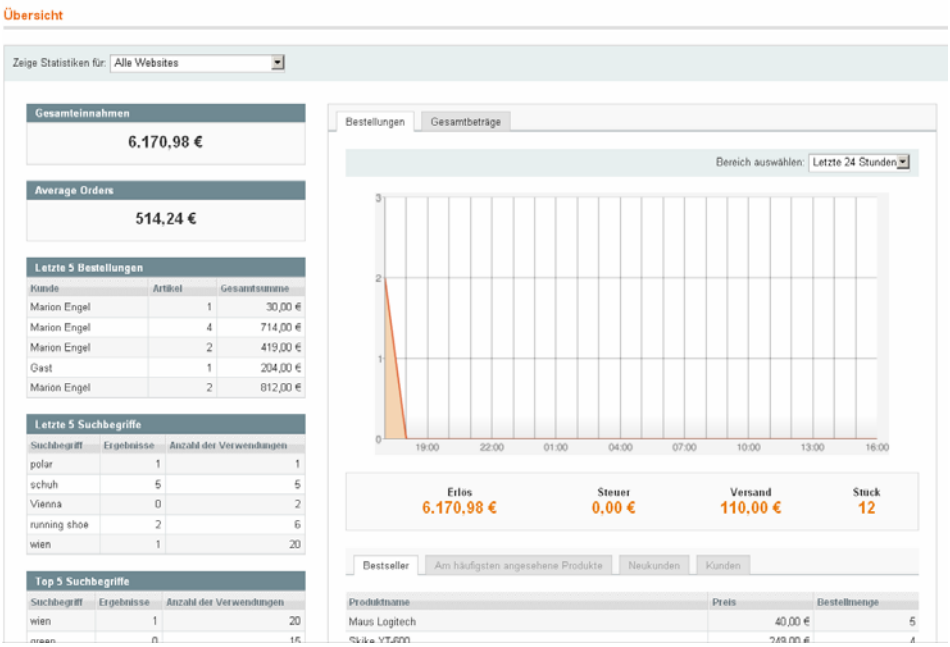
Für den Zugriff auf das Magento-Backend benötigt der Administrator nur einen Web-Browser und einen Internet-Zugang. Den Administrationsbereich des Shops erreicht man nach Freischaltung der Seite, indem man /admin an die URL anhängt, also http://www.<ihreSeite>/admin.
Es erscheint dann der Login-Dialog:

Wenn man sich bei der Eingabe des Benutzernamens oder des Passworts vertippt haben sollte, oder kein gültiges Passwort besitzt, so erscheint folgende Meldung:

Nach Eingabe der korrekten Login-Daten öffnet sich das Backend des Shops mit seinen vielfältigen Funktionen.

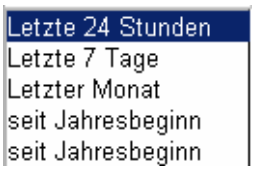
3 Übersicht

Nach der erfolgreichen Anmeldung wird die Übersichtsseite angezeigt, die dem Benutzer die wichtigsten Fakten auf einen Blick zeigt und Links zu den Detaildaten ermöglicht. Diese Übersichtsseite kann über das Auswahlfeld in der Kopfzeile für alle Websites, für einzelne Websites und für einzelne Store Views angezeigt werden.



Von dieser Seite kann wie folgt verzweigt werden:

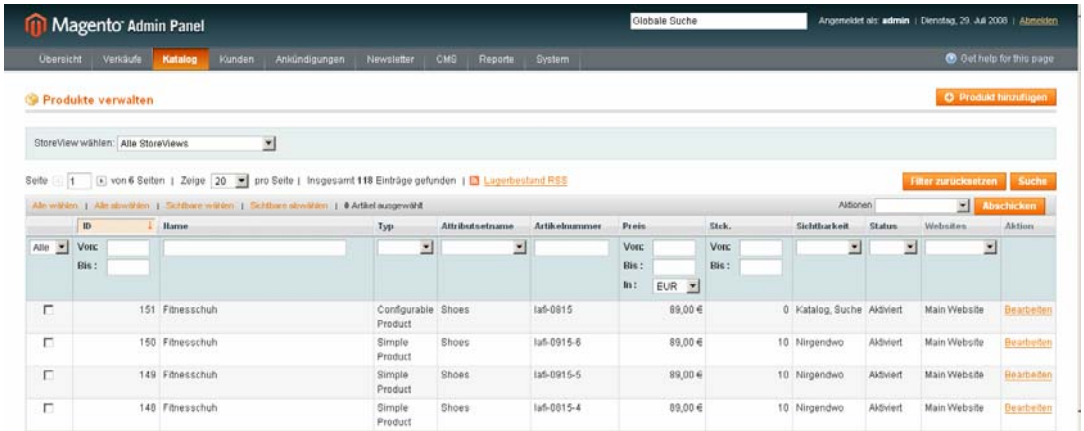
Bereich	Beschreibung
letzte 5 Bestellungen	zeigt die letzten 5 Bestellungen; per Klick auf eine Zeile gelangt man zu den Details der Bestellung
letzte 5 Suchbegriffe	zeigt die Suchbegriffe, die bei den letzten 5 Suchläufen verwendet wurden; per Klick auf eine Zeile gelangt man zu den Details des Suchbegriffs
Top 5 Suchbegriffe	zeigt die Suchbegriffe, die am häufigsten für die Suche verwendet wurden; per Klick auf eine Zeile gelangt man zu den Details des Suchbegriffs
Bestellungen	zeigt ein Schaubild über die zeitliche Verteilung der Bestellungen und die Summe aller Bestellungen seit

Bereich	Beschreibung
	Eröffnung des Shops; als Zeiträume können gewählt werden:  Der letzte Eintrag müsste bei korrekter Übersetzung lauten „seit Jahresbeginn des Vorjahres“. Im Reiter „Bestellungen“ zeigt die y-Achse die Anzahl an Bestellungen, im Reiter „Gesamtbeträge“ den Betrag in der jeweiligen Shop-Währung.
Bestseller	zeigt die 5 Produkte an, die bisher am häufigsten verkauft worden sind; per Klick auf eine Zeile gelangt man zur Produktverwaltungs-Seite des Produkts
am häufigsten angesehene Produkte	zeigt die 5 Produkte an, die bisher am häufigsten angesehen worden sind; per Klick auf eine Zeile gelangt man zur Produktverwaltungs-Seite des Produkts
Neukunden	zeigt die 5 Kunden an, die sich zuletzt registriert haben oder vom Admin registriert wurden; per Klick auf eine Zeile gelangt man zu den Kundendetails
Kunden	zeigt die 5 umsatzstärksten Kunden in absteigender Reihenfolge an; per Klick auf eine Zeile gelangt man zu den Kundendetails

4 Produktpflege

Die Produktpflege erfolgt unter dem Navigationspunkt „Katalog“.

Viele Dialoge im Bereich der Produktpflege sind ähnlich aufgebaut. Die Buttons zum Starten einer Aktion befinden sich oben rechts. Die meisten Buttons sind orange mit weißer Schrift, z.B.: Suche. Der Zurück-Button, mit dem man zur vorherigen Seite zurückkehren kann, ist grau. Alle Buttons, die zum Löschen verwendet werden, sind in einem kräftigeren Orange gehalten, um auf die „Brisanz“ des Buttons hinzuweisen: Löschen. Natürlich gibt es immer eine Sicherheitsabfrage, deren Texte allerdings derzeit teilweise etwas kurz und wenig aussagekräftig sind.
Die Einstiegsseite eines Menüpunkts besteht meist aus einer Tabelle.



Die Kopfzeile bietet verschiedene Sortier- und Filtermöglichkeiten. Zum Bearbeiten einer Zeile kann man auf eine beliebige Stelle in der Zeile klicken. Da es oftmals mehrere Aktionen zu einer Zeile geben kann, ist die letzte Spalte diesen möglichen Aktionen vorbehalten. Gibt es nur eine Aktion, ist – wie im obigen Screenshot – ein einfacher Link vorhanden. Gibt es mehrere Aktionen, so kann man die gewünschte Aktion aus einer Liste auswählen.

4.1 Vorgehensweise und Vorüberlegungen

Bevor man mit der Produktpflege in einem Shop beginnt, sollte man gewisse Vorüberlegungen anstellen. Man sollte die Produkte, die im Shop angeboten werden, sinnvoll kategorisieren und gruppieren. Aus der Gruppierung entsteht die Navigationsstruktur. Ferner sollte man sich zu Beginn Gedanken über die Attribute der Produkte machen, an Hand derer die Beschreibung, Darstellung, Suche und Filterung erfolgen kann. Steht das Konzept, kann man beginnen, die Daten in Magento einzupflegen. Dabei ist folgende Reihenfolge einzuhalten:

1. Attribute anlegen
2. Listeninhalte von Attributen pflegen
3. Attribute zu Attributsets zusammenfassen
4. Kategorien anlegen
5. Produkte anlegen und einem Attributset zuweisen

Die Pflege der Schlagwörter und Bewertungen durch Kunden ist natürlich erst möglich, wenn der Shop online ist. Sie muss dann allerdings regelmäßig erfolgen.

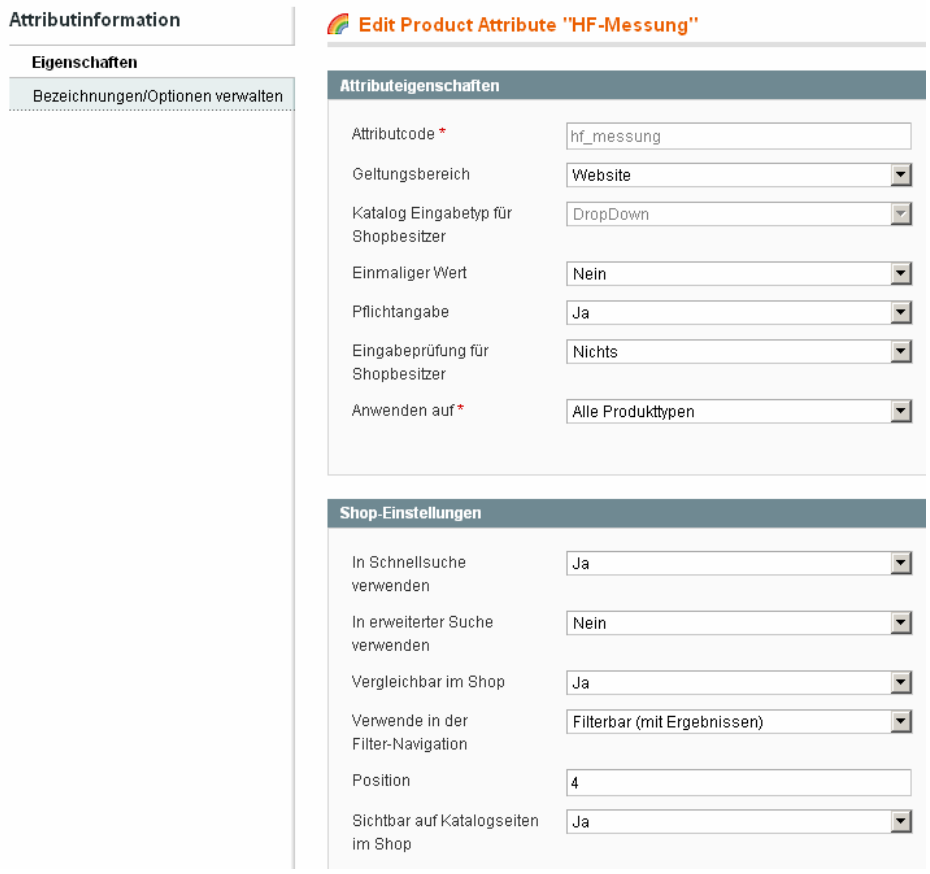
Wer einen bestehenden Shop in Magento migrieren möchte, kann natürlich einen Teil der Altdaten in Magento importieren. Um jedoch alle kundenfreundlichen Funktionen von Magento nutzen zu können, sollten die importierten Daten zumindest nachbearbeitet werden. Und wer sich in Anbetracht der vielen Möglichkeiten, die Magento bietet, dazu entscheidet, den neuen Shop komplett neu zu bestücken, macht sicher keinen Fehler.

4.2 Attribute anlegen

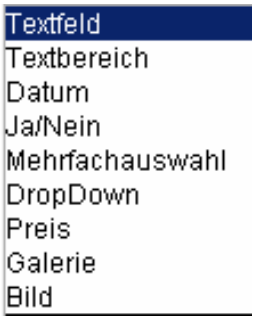
In Magento gibt es zwei unterschiedliche Typen von Attributen. System-Attribute sind fest vorgegeben, können weder gelöscht noch verändert werden und gelten somit für alle Produkte. Name, Preis und Artikel-Nummer sind Beispiele für System-Attribute.
Einfache Attribute (Simple Attributes) kann dagegen jeder Shop-Betreiber individuell für einzelne Produkte anlegen und einem oder mehreren Attributsets zuweisen.

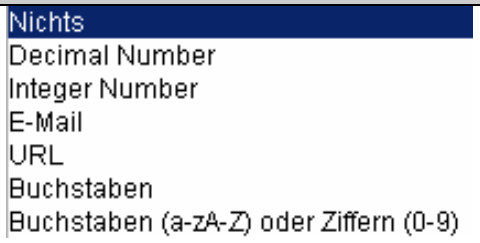
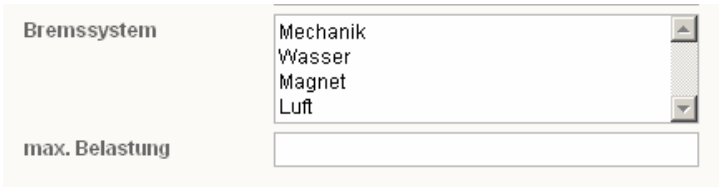
Um neue Attribute anzulegen, muss man im Menü „Katalog“ den Menüpunkt „Attribute“ und dort den weiteren Unterpunkt „Attribute verwalten“ auswählen. In der oberen rechten Ecke des Dialogs kann dann über den Button

ein neues Attribut angelegt werden.
Es öffnet sich der Menüpunkt „Eigenschaften“ zur Eingabe der Attribut-Daten:

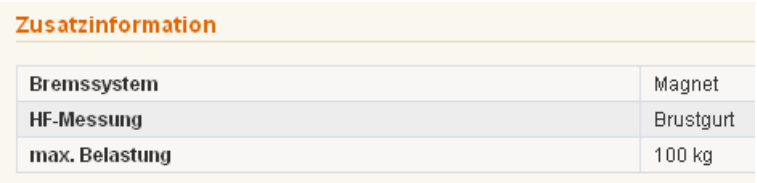


Die Felder haben folgende Bedeutung:

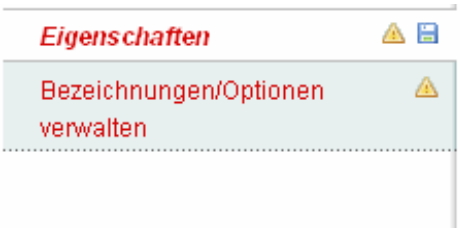
Feld	Bedeutung
Attributeigenschaften	
Attributcode	Name des Attributs zur internen Verwendung im Back-End; muss eindeutig sein; nur Kleinbuchstaben und Unterstriche zulässig; kann nachträglich nicht mehr geändert werden
Geltungsbereich	Zeigt den Geltungsbereich des Attributs: Global = Attributwert muss für ein Produkt in der gesamten Site gleich sein Store View = Der Attributwert kann in allen nur für einzelne Untershops gültig Website = gilt für alle Shops
Katalog Eingabetyp für Shopbesitzer	legt fest, welche Art von Feld zur Eingabe der Ausprägungen benötigt wird; kann nachträglich nicht mehr geändert werden; mögliche Werte sind: 
einmaliger Wert	ja bedeutet, dass die einzelnen Werte aus einer Liste jeweils nur für ein einziges Produkt aus dem Shop zulässig sind
Pflichtangabe	legt fest, ob das Attribut beim Anlegen eines Produkts befüllt werden muss oder nicht
Eingabeprüfung für Shopbesitzer	legt fest, ob und wenn ja welche Regeln bei der Eingabe eines Attributwerts für die Plausibilitätsprüfungen verwendet werden sollen; mögliche Werte sind:

Feld	Bedeutung
	
Anwenden auf	Möglichkeit, das Attribut auf eine Produktart zu beschränken; bei einer Beschränkung, muss man sich zwischen Simple Product, Grouped Product, Configurable Product, Virtual Product oder Bundle Product entscheiden
Shop-Einstellungen	
In Schnellsuche verwenden	legt fest, ob das Attribut in der Schnellsuche zur Verfügung stehen soll; wird dort z.B. „rot“ als Suchbegriff eingegeben, so werden alle roten Produkte als Suchergebnis ausgegeben
in erweiterter Suche verwenden	legt fest, ob das Attribut in der erweiterten Suche zur Verfügung stehen soll; Wird hier für das Attribut „Bremssystem“ „ja“ ausgewählt, erscheint folgender Bereich in der erweiterten Suche: 
Vergleichbar im Shop	legt fest, ob das Attribut für den Produktvergleich verwendet werden soll; Im folgenden Beispiel wurden die Attribute Hersteller, Farbe, Bremssystem, HF-Messung und max. Belastung für die Produktvergleiche ausgewählt.

Feld	Bedeutung
	Podukte vergleichen Kettler Racer 499,00 € In den Warenkorb Auf meinen Wunschzettel Daum Ergobike 699,00 € In den Warenkorb Auf meinen Wunschzettel Beschreibung: Ergometer der Spitzenklasse für Profis / Ergometer der Spitzenklasse für Profis Art.-Nr.: kett-ra / DE999 Produktdetails: für Profis und alle ehrgeizigen Sportler, die ihre Ausdauer verbessern wollen / für Profis und alle ehrgeizigen Sportler, die ihre Ausdauer verbessern wollen und das Rennrad-Feeling auch im Wohnzimmer suchen Hersteller: Kettler / Daum Farbe: grau / grau Bremssystem: Magnet / Magnet HF-Messung: Brustgurt / Brustgurt max. Belastung: 100 kg / 110 kg 499,00 € In den Warenkorb Auf den Wunschzettel / 699,00 € In den Warenkorb Auf den Wunschzettel
Verwende in der Filter-Navigation	legt fest, ob das Attribut in der Filter-Navigation in der Auswahlliste links erscheinen soll; dies ist allerdings nur für die Feldtypen Dropdown, Mehrfachauswahl und für Preisfelder möglich EINKAUFSOPTIONEN HERSTELLER Kettler (2) Daum (1) FARBE weiss (1) grau (2) Filterbar (mit Ergebnissen) zeigt nur die Ausprägungen des Attributs, zu dem es Produkte gibt (siehe oben).

Feld	Bedeutung
	Filterbar (keine Ergebnisse) zeigt alle Ausprägungen an. Wenn es keine Produkte gibt, die der Ausprägung entsprechen, wird (0) angezeigt:
Position	bestimmt die Position in der Liste der Filter-Navigation; Achtung: Die Nummerierung beginnt mit 0.
Sichtbar auf Katalogseiten im Shop	gibt an, ob das Attribut in der Tabelle auf der Artikeldetailseite unter der Produktbeschreibung angezeigt werden soll:  Diese Eigenschaft ist nur für Simple Attributes zulässig.

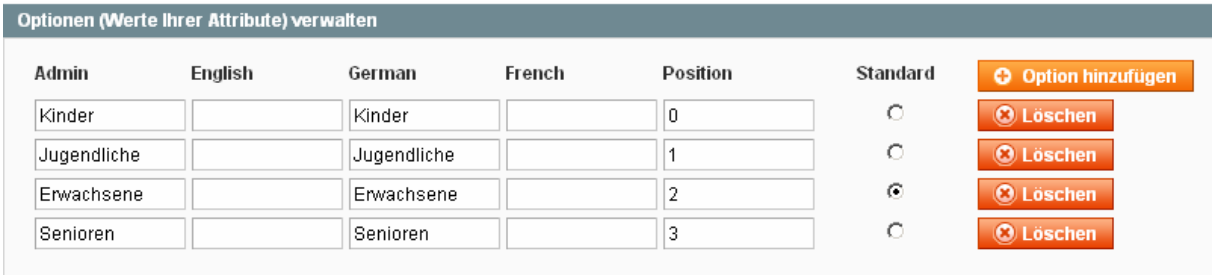
Auch im Menüpunkt “Bezeichnungen/Optionen verwalten” müssen Eintragungen vorgenommen werden. Unterlässt man dieses, weist Magento unmissverständlich mit einem gelben Warndreieck, roter Schrift und einem Pfeil darauf hin:



Im oberen Bereich des Dialogs sollte eine individuelle Bezeichnung gewählt werden, wenn Magento nicht auf den Default-Wert zurückgreifen soll. Der im Feld „Admin“ eingegebene Wert erscheint in der Tabelle für den Admin. Die anderen Werte finden

in den jeweiligen Shops Anwendung. Wenn es nur einen deutschsprachigen Shop gibt, muss auch nur dieses Feld gefüllt werden.
Wenn die Attributwerte aus einer Liste gewählt werden,

müssen die Werte für die Liste noch eingepflegt werden. Die Möglichkeit dazu besteht im unteren Teil des Dialogs, ebenfalls in einer Version für den Administrator und für die Shops in unterschiedlichen Sprachen. In der Spalte „Position“ kann die Reihenfolge festgelegt werden, in der die Werte in der Liste erscheinen. Bleiben die Felder leer, wird die Reihenfolge der Liste verwendet. Über die Spalte „Standard“ kann gesteuert werden, ob das Feld mit einem der Werte vorbelegt werden soll.



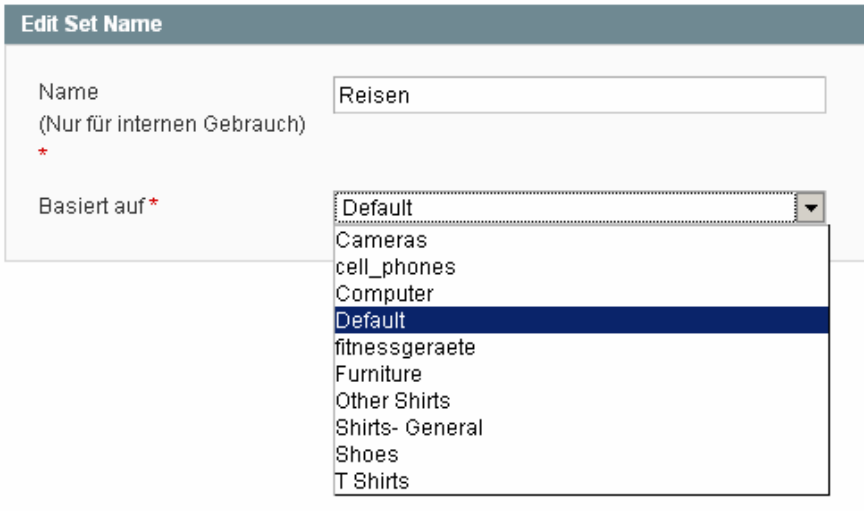
Neue Werte werden über den Button “Option hinzufügen” hinzugefügt, bestehende über “Löschen” gelöscht.

4.3 Attributsets anlegen

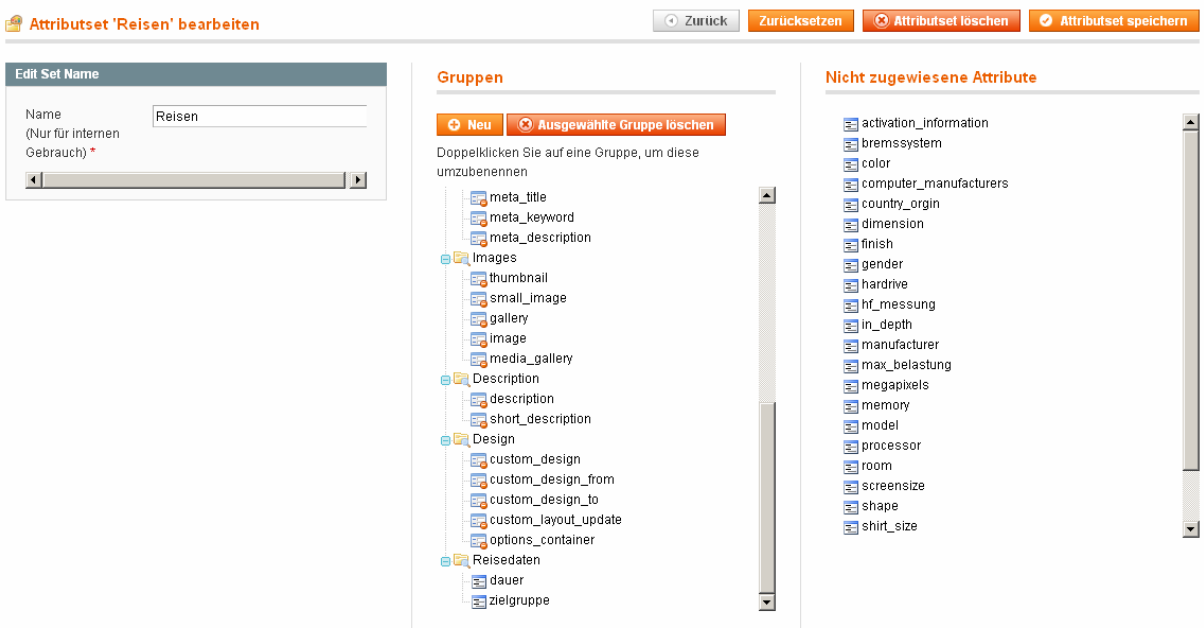
Sind alle Attribute angelegt, können einzelne Attribute zu Attributgruppen zusammengefasst werden. Attributsets können jederzeit geändert werden. Allerdings wirken diese Änderungen dann auf alle Produkte, die diesem Attributset bereits zugewiesen worden sind.
Der Einstieg erfolgt über „Katalog“, „Attribute“, „Attributsets verwalten“:

Das neue Attributset wird über den Button

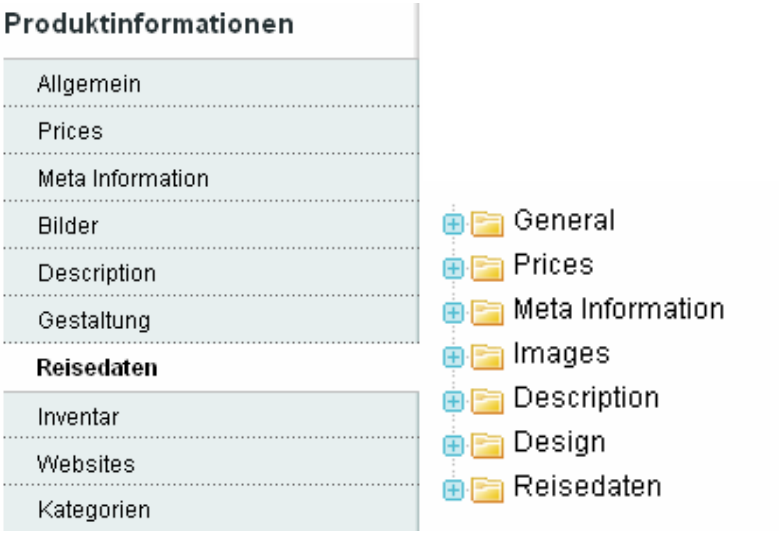
angelegt. Jedes Attributset hat einen internen Namen und einen Vater, von dem es gewisse Eigenschaften erbt. Meist wird dies „Default“ sein. Es kann aber auch ein eigenes Attributset sein, das man vorher angelegt hat.



Sobald diese ersten Angaben gespeichert sind, erscheint der Baum des Vater-Attributsets in der Mitte des Dialogs. Rechts daneben stehen die noch nicht zugewiesenen Attribute.



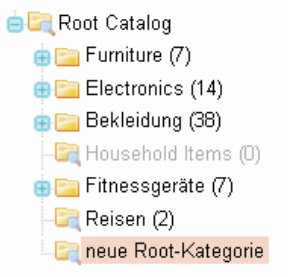
Die im Baum mit einem roten Verbotszeichen gekennzeichneten Attribute können nicht entfernt werden, da sie vom Vater vererbt worden sind. Es ist zwar zunächst möglich, sie mit gehaltener linker Maustaste in die Liste der nicht zugewiesenen Attribute zu verschieben. Lässt man die Maustaste dann jedoch los, erscheint eine Fehlermeldung, und das Attribut wird wieder in den Ausgangsbaum zurückgeschoben. Die Symbole, die beim Verschieben sichtbar werden, sind unter „Produktgruppe verschieben“ erläutert.
Die Attribute sind im Baum in sog. Gruppen angeordnet. Diese Gruppen entsprechen den Menüeinträgen bei der Pflege der Produkte.



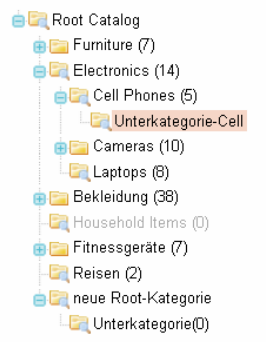
Die im Beispiel neu eingefügte Gruppe „Reisedaten“ hat sich also in einem neuen Menüpunkt niedergeschlagen.

4.4 Neue Produktgruppe anlegen

Über das Menü „Katalog“ und den Eintrag „Kategorien verwalten“ gelangt man zum Einstiegsdialog für die Pflege der Kategorien. Jede Kategorie entspricht einem Punkt in der Navigation im Shop – sofern er aktiviert ist.
Über eine der beiden Buttons oben über dem Baum werden im rechten Bereich die Felder zur Neuanlage einer Kategorie geöffnet.
Add Root Category fügt immer eine Kategorie der obersten Ebene ein. Dafür ist gleichgültig, welche Kategorie im Baum markiert ist, wenn der Button gedrückt wird.



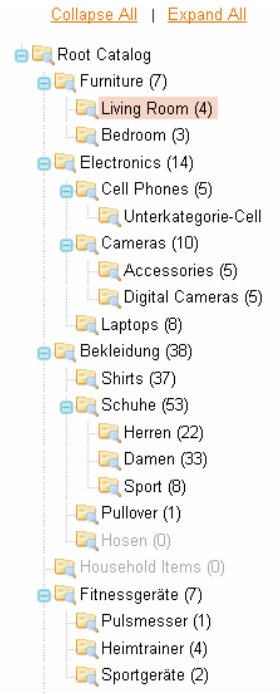
Das blaue +-Symbol wird übrigens erst eingefügt, wenn die Kategorie über Unterkategorien verfügt.
Add Subcategory fügt eine Unterkategorie der aktuell markierten Kategorie ein, z.B.



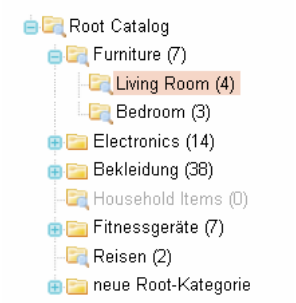
Diese Unterscheidung bei der Neuanlage ist mit Version 1.1.5 neu hinzugekommen. Wer dieses Update noch nicht installiert hat, sollte folgenden Tipp beherzigen:

Bei der Neuanlage ist einmalig das Feld „Überkategorie“ sichtbar. Für Produktgruppen der ersten Navigationsebene muss hier „Root Catalog“ (und nicht Root) ausgewählt werden:

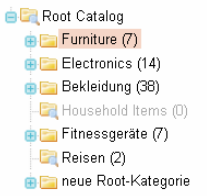
Falsch eingehängte Produktgruppen können allerdings später im Baum verschoben werden.
Mit „Expand All“ kann der gesamte Baum aufgeklappt werden.



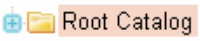
„Collapse All“ klappt den Baum auf der gewählten Ebene zu so, dass die gewählte Kategorie sichtbar bleibt. Die obige Liste sieht verkürzt wie folgt aus:



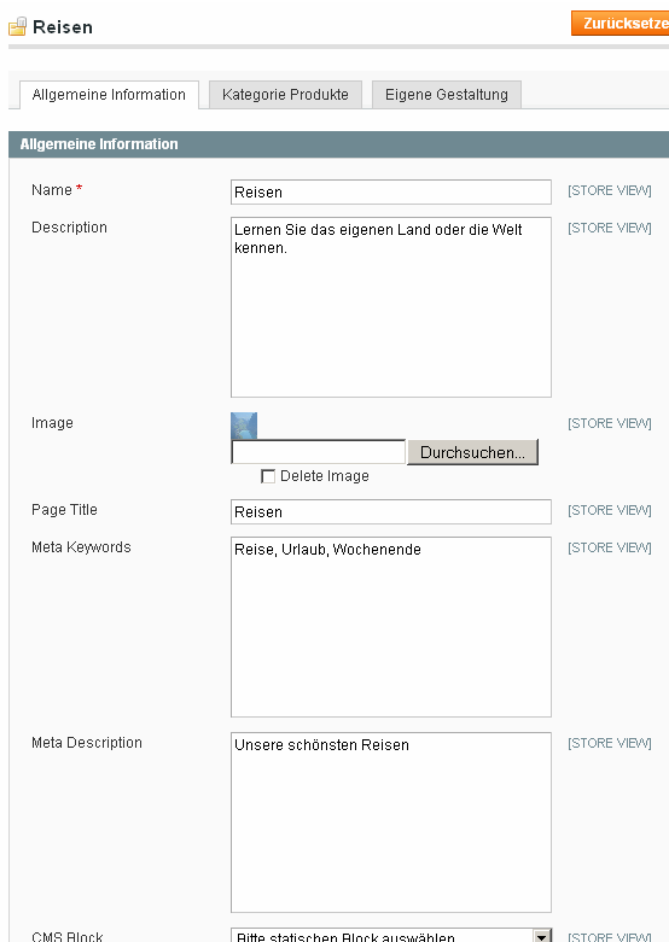
Ist in der aufgeklappten Liste eine Kategorie der 2. Ebene markiert, sind im zugeklappten Zustand nur Kategorien dieser Ebene sichtbar:

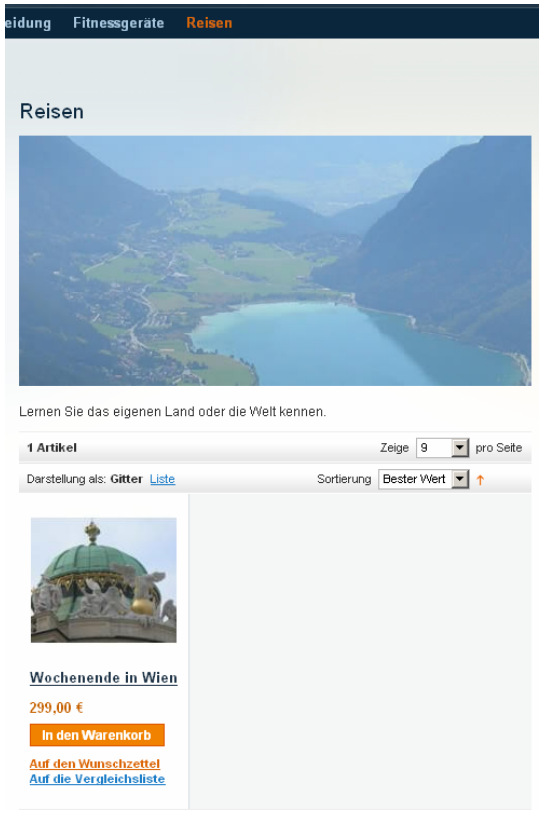


Wäre „Root Catalog“ markiert gewesen, bliebe nach dem Zuklappen auch nur dieser Eintrag sichtbar:



Abgesehen vom Namen gibt es bei der Anlage einer Produktgruppe keine Pflichtfelder. Einige Werte werden auch automatisch gesetzt. Die Bedeutung der Felder kann aus den folgenden Abbildungen entnommen werden und wird zudem in der Tabelle erklärt:

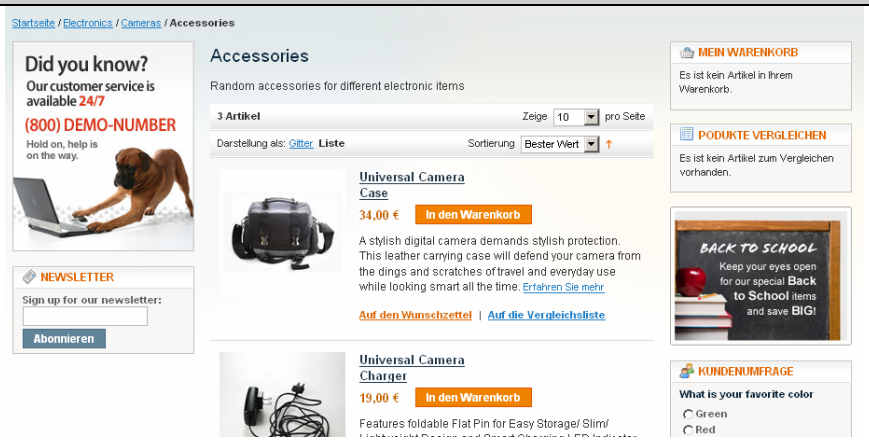


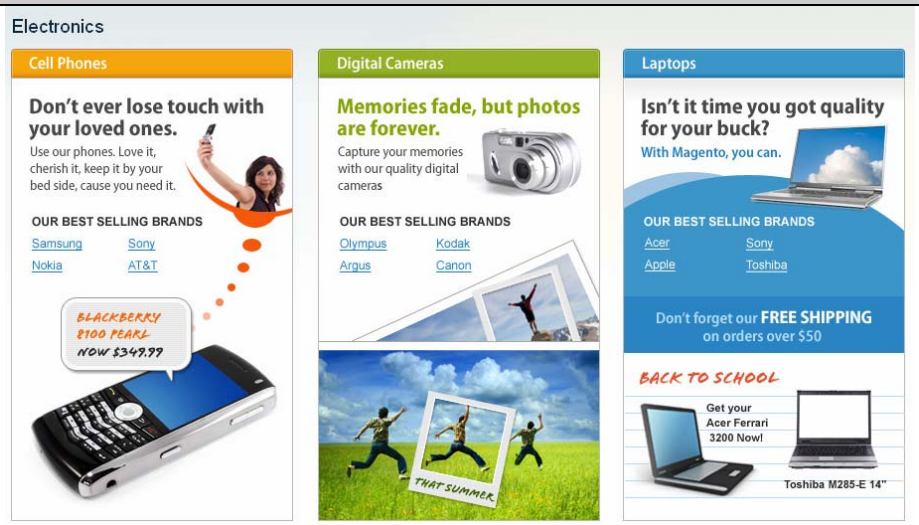
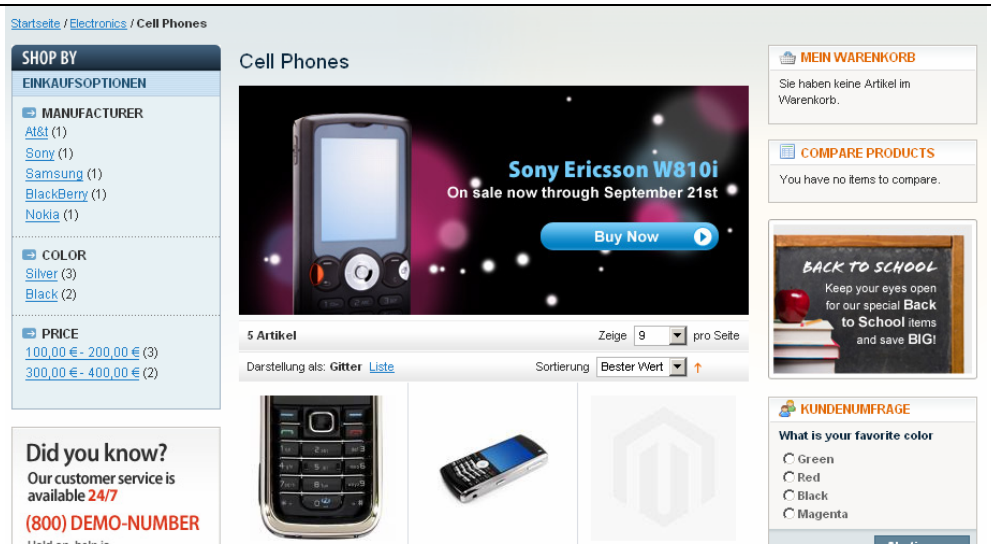


Feldname	Position im Shop	Bemerkung
Name	Text für die Navigationsleiste und die Seitenüberschrift im Content-Bereich	Pflichtfeld; Text sollte selbsterklärend sein
Überkategorie	Einordnung in Navigation	nie Root wählen, sondern Root Category, wenn Kategorie in die ersten Ebene gehört
Description	Text, der unter dem Bild eingeblendet wird	kann frei gelassen werden, wenn das Bild bereits Text enthält – dieser ist allerdings nicht für Suchmaschinen lesbar
Image	Bild oben im Content-Bereich	abhängig vom Layout

Feldname	Position im Shop	Bemerkung
Page Title	Seitentitel in der blauen Zeile des Browsers	optional, denn als Default-Wert wird der Name verwendet
Meta Keywords	Meta-Tag Keywords im Code	sollte manuell ausgefüllt werden, da keine sinnvolle automatische Befüllung erfolgt
Meta Description	Meta-Tag Description im Code	sollte manuell ausgefüllt werden, da keine sinnvolle automatische Befüllung erfolgt
CMS Block	Hier besteht die Möglichkeit, im Magento-CMS einen beliebigen Baustein aus Texten, Bildern, Links usw. zu erstellen, der an mehreren Stellen eingebunden werden kann	Layout bestimmt, ob dies benötigt wird
Display Mode	steuert die Anzeige der Produkte	Details siehe nächste Tabelle
Is Active	steuert die Anzeige in der Navigation	Ja =im FrontEnd sichtbar, Nein = nicht sichtbar
Is Anchor	blendet die Layered Navigation ein oder aus	Ja = zeigt alle Produkte aus Kind-Kategorien und alle filterbaren Attribute aller Produkte in der Layered Navigation Nein = Layered Navigation nicht sichtbar

Feldname	Position im Shop	Bemerkung
URL key	URL dieser Seite und Bestandteil der URL aller Unterseiten	sollte vor allem bei Sonderzeichen im Namen separat ohne diese Sonderzeichen gepflegt werden

Bedeutung der Werte von “Display Mode”:	
nur Produkte	 Wenn für die Kategorie kein eigenes Bild definiert ist, wird nur die Liste der Artikel angezeigt. Gibt es ein Bild, so sieht die Seite wie auf der vorherigen Abbildung (Bild mit dem See) aus.

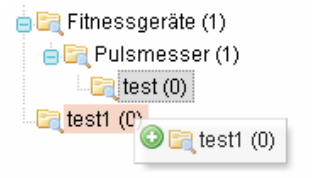
Bedeutung der Werte von “Display Mode”:	
nur statischen Block	 Ein Block aus einem CMS-Element füllt die gesamte Seite. Es sind keine Produkte sichtbar.
statischer Block und Produkte	 Statischer Block (besteht hier nur aus dem Bild) und die Liste der zugehörigen Produkte.

4.5 Produktgruppe verschieben

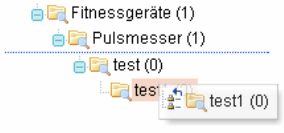
Im Kategoriebaum können falsch eingehängte Produktgruppen mit der Maus verschoben werden. Dazu fährt man mit der Maus über die betreffende Produktgruppe und hält die linke Maustaste gedrückt. Bewegt man die Maus dann,

erscheint die Kategorie in einer kleinen Box, die die verschiedenen Verschiebe-Möglichkeiten anzeigt.

Das Verbotszeichen signalisiert, dass eine Verschiebung an die aktuelle Position des Mauszeigers nicht möglich ist.



Das grüne Plus-Zeichen zeigt an, dass die Kategorie test1 (im Hintergrund rot hinterlegt) zu test (grau hinterlegt) hinzugefügt werden kann. test1 wird also zu einer Unterkategorie von test.



Der blaue Pfeil und Strich signalisieren, dass die gewählte Kategorie exakt an die markierte Stelle eingefügt werden kann. test1 wird also die erste Unterkategorie von Pulsmesser sein und vor test stehen.

4.6 Produkt anlegen

Um neue Produkte anzulegen, wählt man im Menü „Katalog“ den Eintrag „Produkte verwalten“. Auf der Produktseite muss dann in der oberen rechten Ecke der Button

gedrückt werden. Magento führt den Benutzer durch die verschiedenen Seiten, auf denen die Produktdetails eingegeben werden können. Den Anfang bilden die grundlegenden Einstellungen.

Unter „Attributset“ muss – logischerweise - das Attributset für das neue Produkt ausgewählt werden. Diese Auswahl kann nachträglich nicht mehr geändert werden, ist also endgültig. Gehört das Produkt also zu einer Kategorie, die sich durch bestimmte Attribute auszeichnen, so muss zuerst ein Attributset angelegt werden, bevor die Produkte zugewiesen werden können.
Unter „Produkttyp“ wird die Produktart ausgewählt. Die verfügbaren Produktarten sind:

Name	Beschreibung
Simple Product	Hier gibt es zwei Fälle: a) Dieses Produkte gibt es nur in einer Ausführung, d.h. nur in einer Farbe, nur in einer Größe und einer Modellvariante. b) Ebenfalls als Simple Product angelegt werden müssen einzelne Ausführungen eines Produkts. So wird ein T-Shirt in Größe S ebenso ein Simple Product wie die T-Shirts in Größe M, L und XL. Es gibt also 4 Simple Products, die dann in einem Configurable Produkt zusammengefasst werden.
Grouped Product	Hier wird ein Bündel aus mehreren Simple Products geschnürt, die den Kunden bewusst gemeinsam angeboten werden. Die Artikel können aber auch einzeln gekauft werden. Im Shop sieht das Bündel wie folgt aus:

Name	Beschreibung
Configurable Product	Gibt es ein Produkt in mehreren Ausführungen, also z.B. Farben und/oder Größen, so wird ein Configurable Product sozusagen als Behälter erstellt. Diesem Behälter werden die einzelnen Ausführungen in Form von Simple Products zugeordnet.
Virtual Product	Virtuelle Produkte zeichnen sich dadurch aus, dass keine Versandkosten berechnet werden.
Downloadable Product	Hier werden Dateien zum Download angeboten. Es kann sich sowohl um Textdokumente wie z.B. pdf-Dateien als auch um Musik handeln.
Bundle Product	Bundle Products darf man nicht mit den Grouped Products verwechseln. Bei Bundle Products können einzelne Komponenten nach Wunsch des Käufers konfiguriert werden. Als Beispiel mag der Kauf eines Autos gelten, bei dem man hinsichtlich Farbe, Motor und etlicher anderer Aspekte aus mehreren Ausprägungen wählen kann. Ein Bundle Product kann aber auch aus unabhängigen Artikeln bestehen, wenn z.B. eine Kombination aus Jacke, Hemd, Hose und Schuhen verkauft wird, aber bei den einzelnen Artikeln verschiedene Ausführungen verfügbar sind.

Dieses Kapitel und seinen Unterkapitel beziehen sich grundsätzlich auf alle Produkttypen. Besonderheiten für einzelne Produkttypen werden später in separaten Kapiteln beschrieben.

Sobald die Angaben in diesem Fenster mit

bestätigt sind, erscheint die komplette Navigationsleiste zur Pflege der Produktinformationen.

Die einzelnen Menüpunkte enthalten folgende Eigenschaften:

Name	Beschreibung
Allgemein	enthält grundlegende Produktinformationen wie Name, Artikelnummer, Sichtbarkeit im Shop und allgemeingültige Attribute
Prices	enthält Preisangaben aller Art, d.h. vom Stückpreis

Name	Beschreibung
	bis zu Sonderpreisen und den Einstandspreisen können hier alle monetären Aspekte gepflegt werden
Meta Information	enthält die Daten zur Suchmaschinenoptimierung
Bilder	hier werden die Bilder hochgeladen und verwaltet
Description	enthält die lange und kurze Beschreibung des Artikels
Gestaltung	Möglichkeit, der Seite dauerhaft oder temporär ein eigenes Design zu geben
Inventar	enthält Angaben zu Mengen, d.h. zu Mindest- und Höchstbestellmenge, zu Nachbestellungen und zur Verfügbarkeit des Artikels Damit der Artikel im Shop angezeigt wird, muss mindestens 1 Stück auf Lager sein, da der Lagerbestand sonst automatisch „ausverkauft“ lautet.
Websites	Hier wird gesteuert, auf welcher Seite bzw. in welchem Shop der Artikel angezeigt wird.
Kategorien	Hier wird die Zuordnung zu Kategorien vorgenommen.
Ähnliche Produkte (related products)	Hier werden ähnliche Produkte angezeigt, die der Kunde anstelle des gerade betrachteten Produkts auswählen könnte. Sie werden standardmäßig auf der Produkt-Detailseite in der rechten Spalte an erster Stelle angezeigt

Name	Beschreibung
Up-Selling	Hier eingetragene Produkte werden auf der Produktdetailseite wie folgt angezeigt: Es handelt sich um Alternativen zum aktuell ausgewählten Produkt.
Cross-Selling	Cross-Sells werden im Warenkorb angezeigt. Es handelt sich um Artikel, die dem Kunden an Hand der Artikel in seinem Warenkorb gefallen könnten. Befinden sich mehrere Produkte im Warenkorb, wechselt die Anzeige der Cross-Sells mit jedem neuen Aufruf des Warenkorbs.

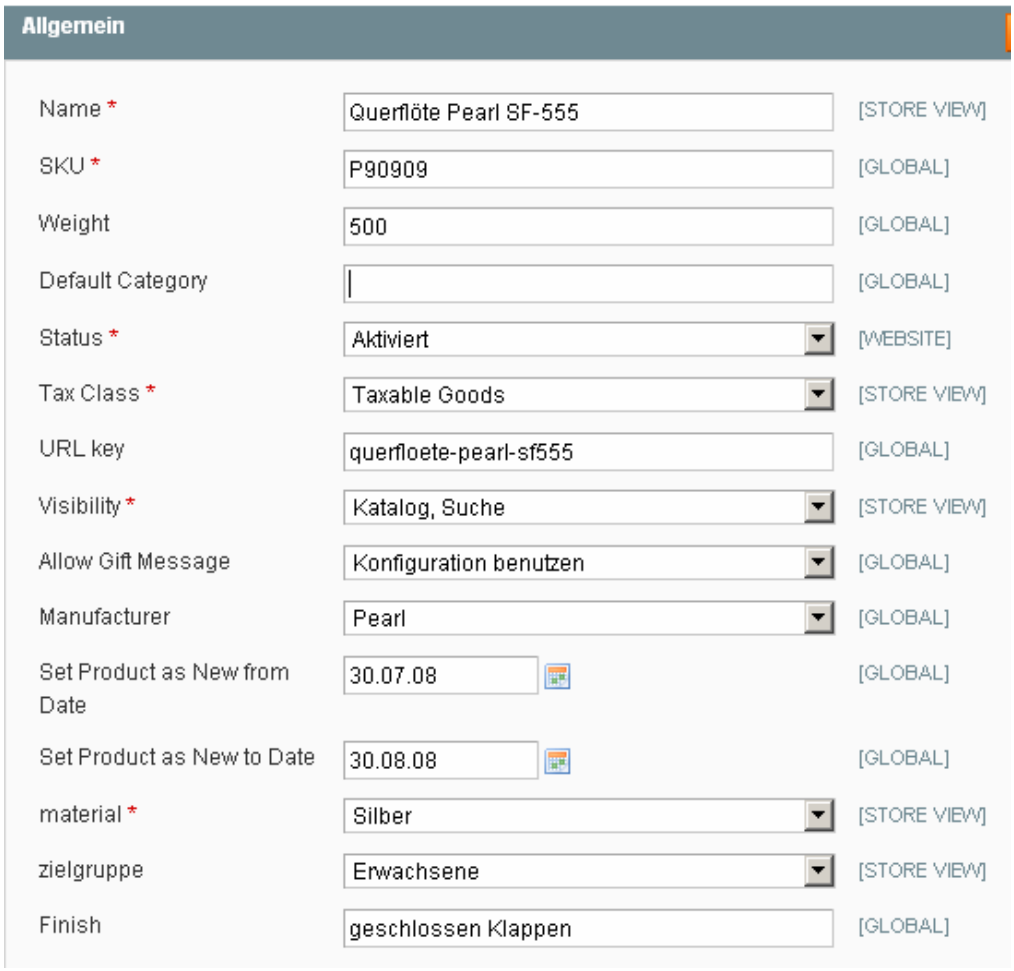
Name	Beschreibung
	 Cross-Sells sind mit den Artikeln vergleichbar, die im Supermarkt an der Kasse angeboten werden. Sie eignen sich sowohl für Zubehör als auch für Abverkäufe.
Custom Options	Einstellungen für personalisierte Produkte, z.B. für Gravur eines Namens
Downloadable Information	Einstellungen für Artikel, die zum Download angeboten werden
Folgende Menüpunkte werden sichtbar, sobald das Produkt erstmals in den Warenkorb gelegt worden ist.	
Kundenmeinungen	Hier werden die Produktbewertungen durch Kunden angezeigt. Sie können bearbeitet werden.
Schlagworte	Hier werden die Schlagworte angezeigt, die für das Produkt vergeben wurden.
vom Kunden verschlagwortetes Produkt	Hier werden die Schlagworte gezeigt, die die Kunden für den Artikel eingegeben haben. Zu jedem Schlagwort werden Name und Mailadresse des Kunden gezeigt.

Sobald in einem Menüpunkt Änderungen erfolgt sind, erscheint in der Menüleiste ein kleines Diskettensymbol, das auf ungespeicherte Änderungen hinweist. Die Änderungen bei mehreren Menüpunkten können gemeinsam gespeichert werden.

Um ein Produkt vollständig anzulegen, durchläuft man am besten die Navigation von oben nach unten. Die folgende Beschreibung orientiert sich an dieser Vorgehensweise.
In der Titelzeile ist in Klammern übrigens von Anfang an das Attributset erkennbar:

4.6.1 Allgemeines

Unter diesem Menüpunkt werden die allgemeinen Informationen zum Produkt eingegeben:

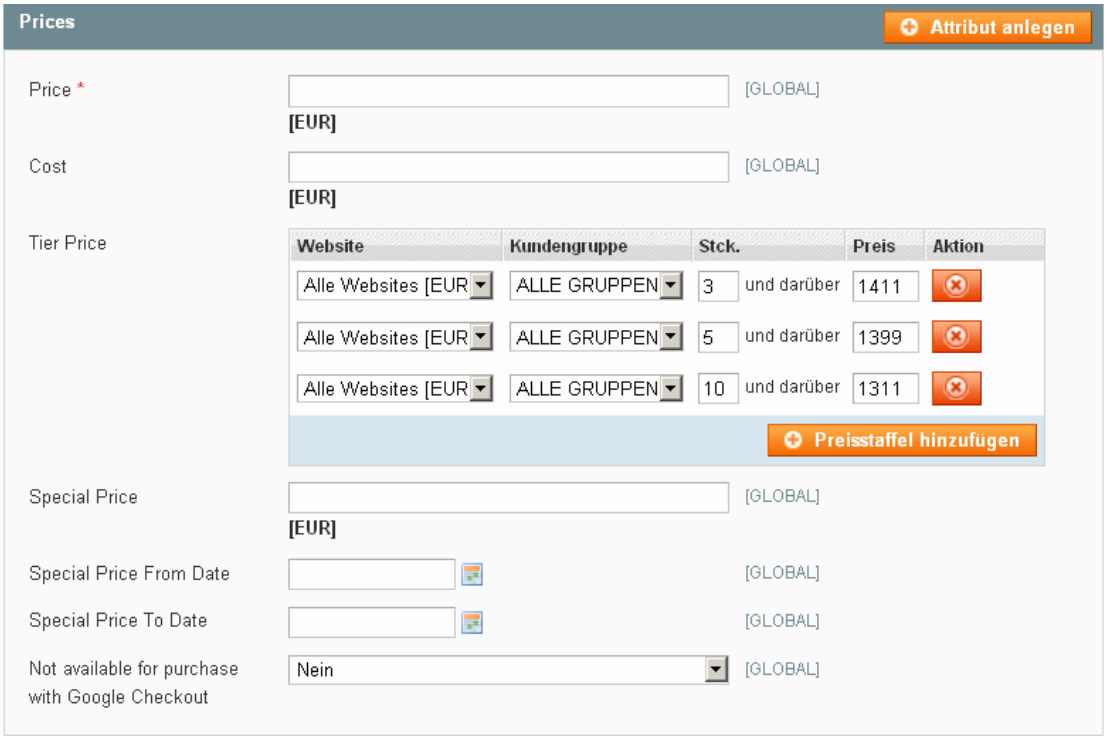


Name	Beschreibung
Name	Produktname, der im Front-End angezeigt wird
SKU	Artikelnummer, d.h. eindeutiger Identifikator für das Produkt in allen Shops
Weight	Gewicht, das der Versandkostenberechnung zugrunde gelegt wird
Default Category	Default-Kategorie
Status	steuert die Anzeige im Front-End: aktiviert = Produkte ist sichtbar deaktiviert = Produkt ist nicht sichtbar
Tax Class	steuerliche Zuordnung des Artikels
URL key	Pfadname
Visibility	zeigt die Sichtbarkeit des Produkts an:

Name	Beschreibung
	Nirgendwo = Produkt ist nicht sichtbar; für Simple Products, die zu einem Configurable Product gehören Katalog = im Shop sichtbar Suche = nur in der Suche auffindbar Katalog, Suche = im Shop sichtbar und in der Suche auffindbar
Allow Gift Message	Kunde kann eine Nachricht zum Produkt eingeben, und Produkte aus einer Bestellung können an verschiedene Adressen geschickt werden; Gift Messages auf Produktebene müssen allerdings in der Konfiguration freigeschaltet sein
Set Product as New from Date	Zeitraum für eine Promotionsaktion
Set Product as New to Date	
Liste der Attribute	Wird entsprechend dem Attributset angezeigt.

4.6.2 Preise

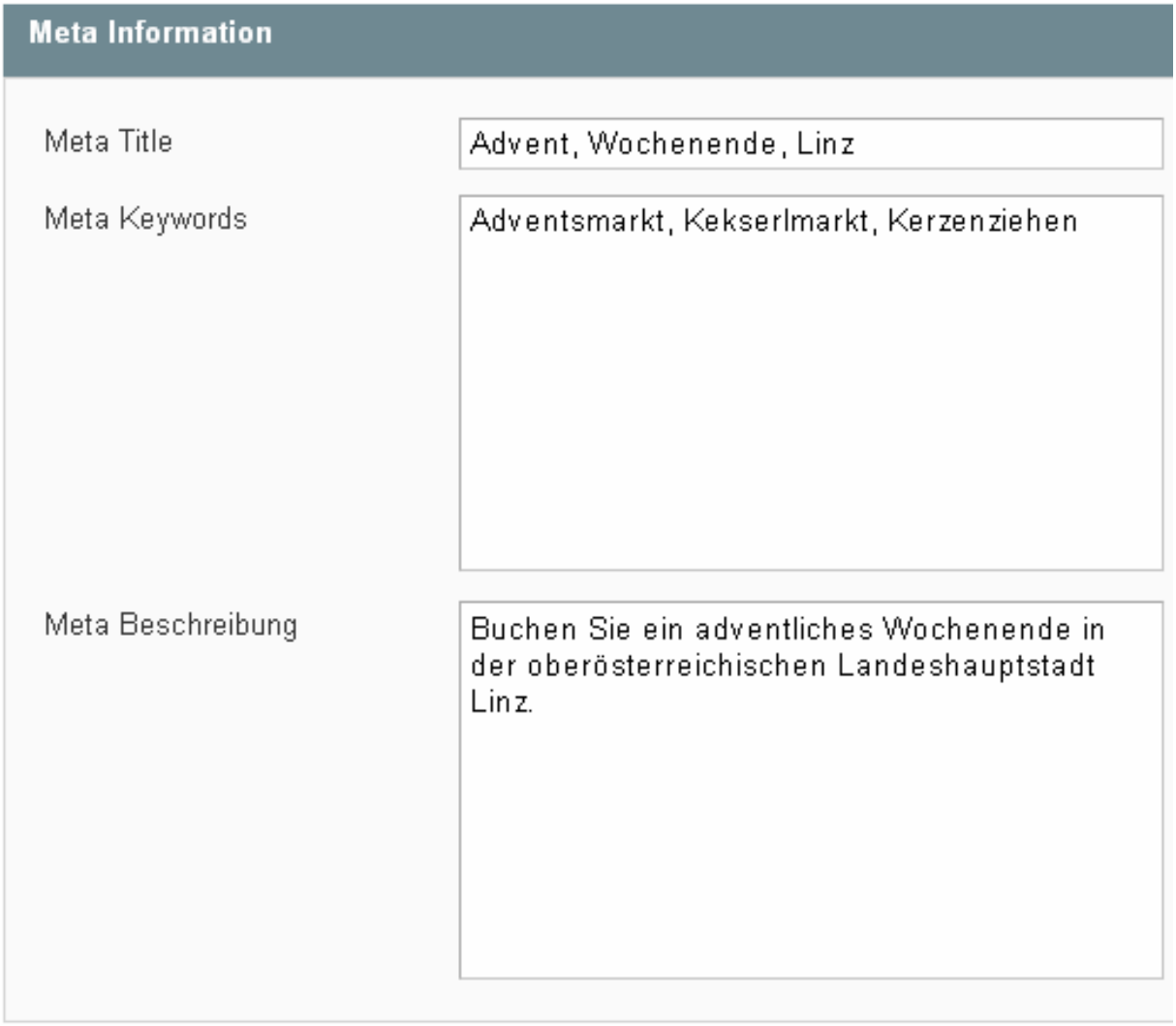
Unter diesem Menüpunkt werden die Informationen zu den Preisen gepflegt.



Name	Beschreibung
Price	Preis, der im Shop angezeigt wird; bildet auch die Basis für Rabatte
Cost	Selbstkosten für interne Zwecke
Tier Price	Mengenrabatte bzw. Staffelpreise
Special Price	Sonderpreis, der unter dem normalen Preis in rot erscheint; über Sonderpreise kann ein RSS-Feed erstellt werden Skike YT-600 Regulärer Preis: ~~249,00 €~~ Sonderpreis: 233,00 €
Special Price From Date	Gültigkeitszeitraum für den Sonderpreis; bleiben diese Felder leer, dann gilt der Sonderpreis so lange, bis er gelöscht wird
Special Price to Date	
Not available for purchase with Google Checkout	Hier können einzelne Produkte von einem Kauf per Google Checkout ausgenommen werden.

4.6.3 Meta-Information

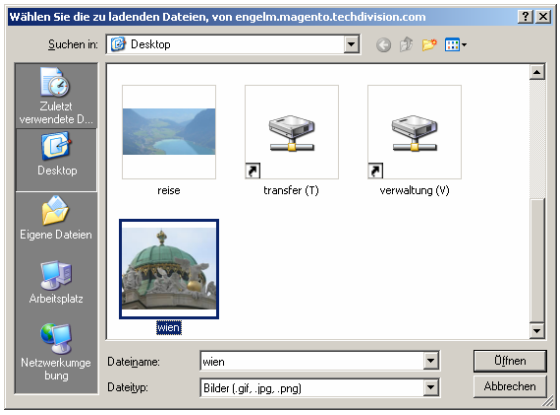
In diesem Kapitel werden einige Informationen zur Suchmaschinenoptimierung gepflegt. Details zu diesem Thema sind in einem eigenen Kapitel zusammengestellt.



Name	Beschreibung
Meta Title	Seitentitel
Meta Keywords	Meta-Tag „Keywords“
Meta Beschreibung	Meta-Tag „Description“, max. 255 Zeichen

4.6.4 Bilder

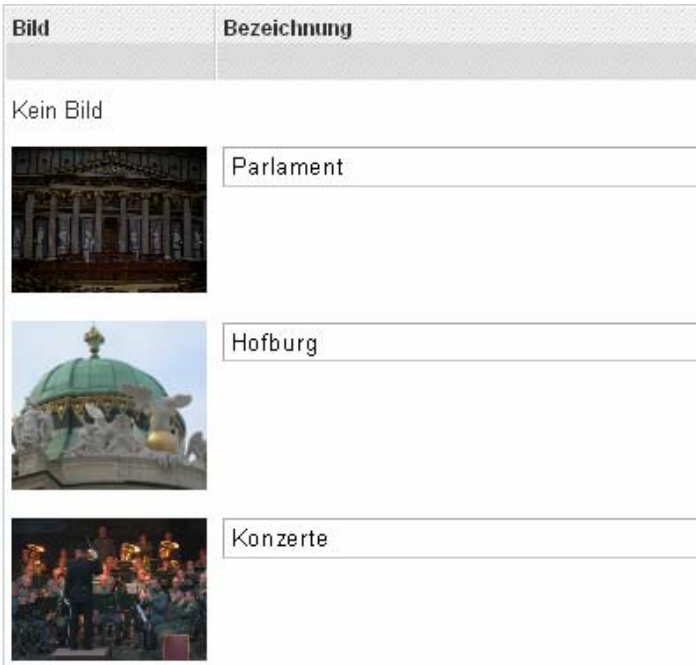
Das Hochladen von Bildern erfolgt in zwei Schritten. Zunächst wird über den Button „Dateien durchsuchen“ ein Dateibrowser geöffnet, in dem das gewünschte Bild gewählt werden kann. Es ist auch möglich, gleich mehrere Bilder aus einem Ordner zu wählen. (Einzelne Bilder markiert man mit der gehaltenen Strg-Taste, hintereinander stehende Bilder mit der gehaltenen Umschalt-Taste.)



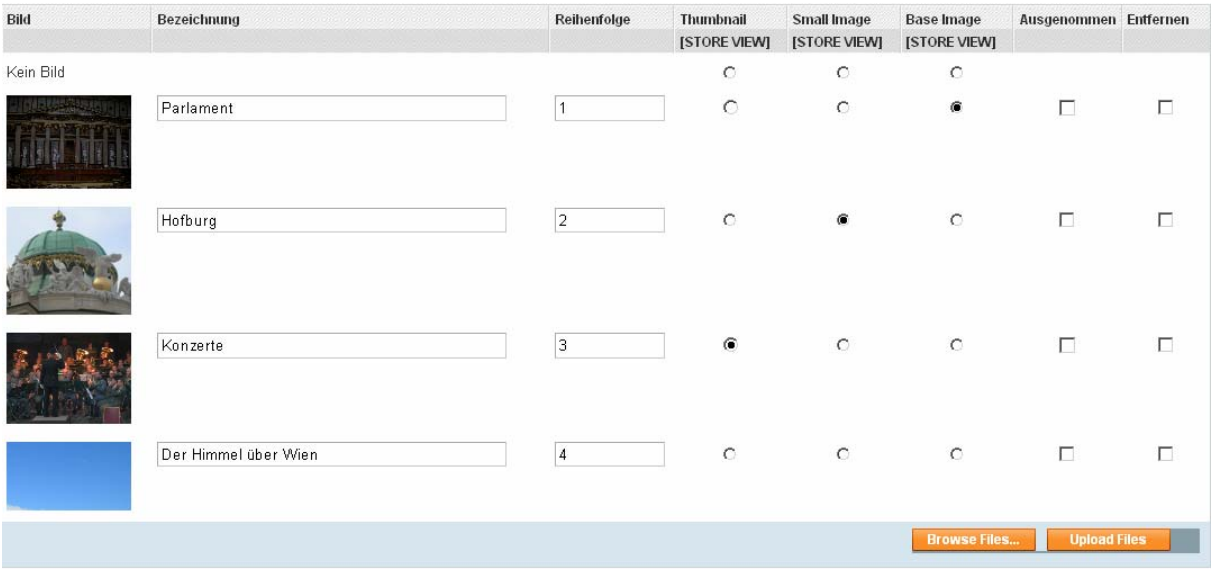
Die selektierten Bilder werden dann in Magento angezeigt:

Ist die Auswahl nicht korrekt, kann ein falsches Bild über den „Entfernen“-Button gelöscht werden. Ansonsten werden die Bilder mittels „Dateien hochladen“ in den Shop geladen. Während des Uploads wird kurzzeitig ein gelber Balken gezeigt, der schnell wieder verschwindet. Im Bildbereich hat sich nun etwas verändert:

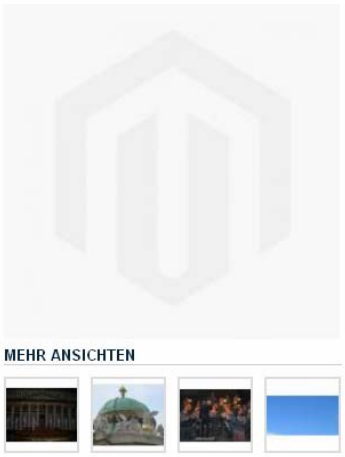
Sobald man mit der Maus über die Kästchen fährt, werden die hochgeladenen Bilder in der Vorschau angezeigt.



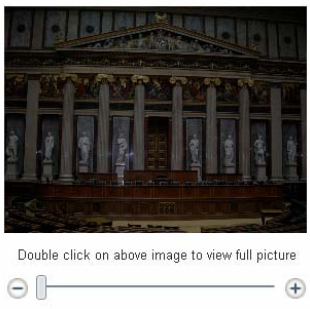
Im nächsten Schritt müssen die Bilder sortiert werden. Die Sortierreihenfolge bestimmt die Anordnung der kleinen Bilder auf der Produkt-Detailseite:
Zur Sortierung dient die Spalte „Reihenfolge“.



Alle Bilder werden automatisch unterhalb des großen Bildes auf der Produkt-Detailseite angezeigt. Die Radio-Buttons der folgenden drei Spalten (Thumbnail, Small Image, Base Image) legen die weiteren Positionen der Bilder fest. Bleibt der Radio-Button in der ersten Zeile (Kein Bild) gefüllt, so wird das Default-Bild angezeigt:



Da dies aber sicher nicht gewünscht wird, müssen im nächsten Schritt die Details für die Bilder festgelegt werden. Die Spalten haben folgende Bedeutung:

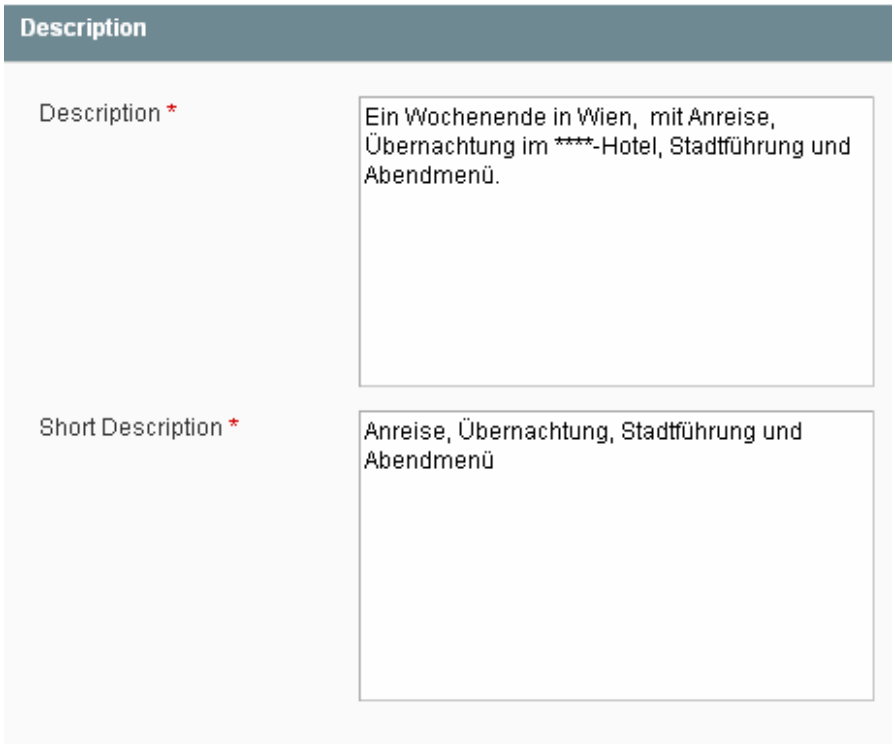
Name	**wird angezeigt...**
Bezeichnung	in der Bilderleiste und als Mouse-Over-Text in der Bilderleiste auf der Artikeldetailseite
Thumbnail	im Warenkorb und beim Vorschlag ähnlicher Produkte
Small Image	auf der Übersichtsseite der Kategorie
Base Image	als großes Bild auf der Produkt-Detailseite  Wenn es größer als das Feld ist, kann der Benutzer zoomen.

Soll ein Bild temporär nicht im Shop angezeigt werden, so muss ein Haken im Feld „Ausgenommen“ gesetzt werden.

Wird das Bild gar nicht mehr benötigt, so muss man den Haken im Feld „Entfernen“ setzen und Speichern drücken. Öffnet man die Bilderauswahl das nächste Mal, ist das Bild verschwunden.
Bilder werden automatisch auf Größe des verfügbaren Platzes skaliert.

4.6.5 Description

In diesem Bereich werden die Texte für die Produktbeschreibung angezeigt.

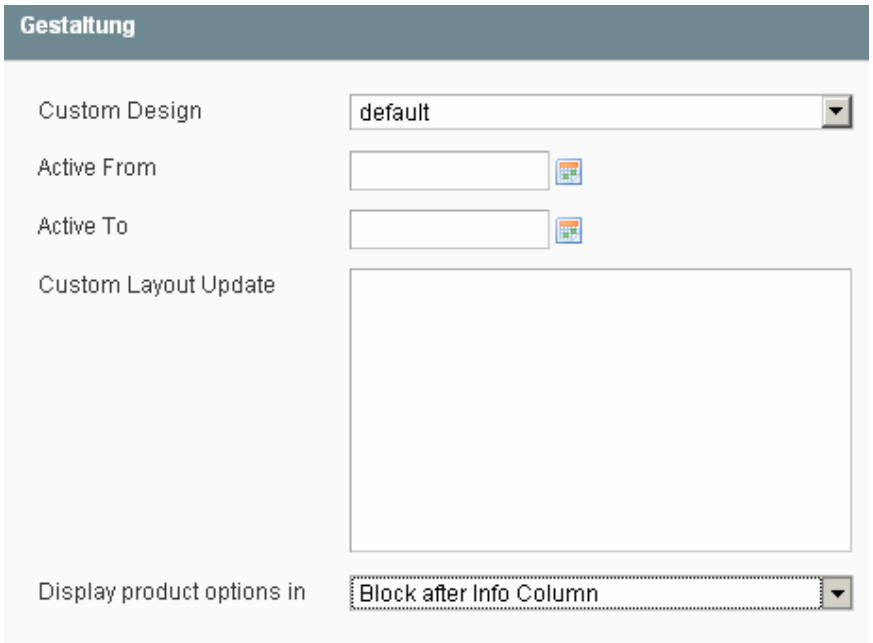

Description
Description *
Ein Wochenende in Wien, mit Anreise, Übernachtung im ****-Hotel, Stadtführung und Abendmenü.
Short Description *
Anreise, Übernachtung, Stadtführung und Abendmenü

Name	Beschreibung
Description	Hier steht der längere Text, der unter „Produktbeschreibung“ auf der Detailseite des Artikels angezeigt wird:

Name	Beschreibung
	Produktbeschreibung Ein Wochenende in Wien, mit Anreise, Übernachtung im ****-Hotel, Stadtführung und Abendmenü.
Short Description	Hier steht der kürzere Text, der auf der Übersichtsseite angezeigt wird, wenn die Listendarstellung ausgewählt wurde: Der Text erscheint ebenfalls unter „Kurzübersicht“ auf der Detailseite des Artikels. **Kurzübersicht** Anreise, Übernachtung, Stadtführung und Abendmenü

4.6.6 Gestaltung

Hier können u.a. temporäre Änderungen am Design vorgenommen werden:



Meist bleiben jedoch die Default-Werte erhalten.

4.6.7 Attributset

Gehört das Produkt zu einem Attributset, das individuelle Attribute enthält, wird dafür ein eigener Menüpunkt angezeigt.

Hier müssen die Ausprägungen der Attribute eingetragen bzw. ausgewählt werden. Über den Button

, der in mehreren Unterpunkten des Menüs oben rechts im grauen Überschriftsbalken zu finden ist, kann während des Anlegens eines neuen Produkts noch ein neues Attribut angelegt werden. Dieses Attribut wird dem Produkt und dem Attributset dann auch sofort zugewiesen. Bei den anderen Produkten, die diesem Attributset zugewiesen sind, muss dann allerdings später noch die passende Ausprägung eingetragen oder ausgewählt werden.

4.6.8 Inventar

Hier werden die Lagerbestände verwaltet.

Name	Beschreibung
Manage Stock	steuert, ob die Lagerverwaltung über Magento erfolgen soll oder nicht
Stock	aktueller Lagerbestand
Minimum Qty for Item's Status to be Out of Stock	Lagerbestand, ab dem ein Artikel als “ausverkauft” angezeigt werden soll
Mindestbestellmenge	Mindestmenge, die in den Warenkorb gelegt werden muss; wird eine kleinere Zahl eingegeben, erscheint eine Fehlermeldung, und die Mindestmenge wird vorbelegt:

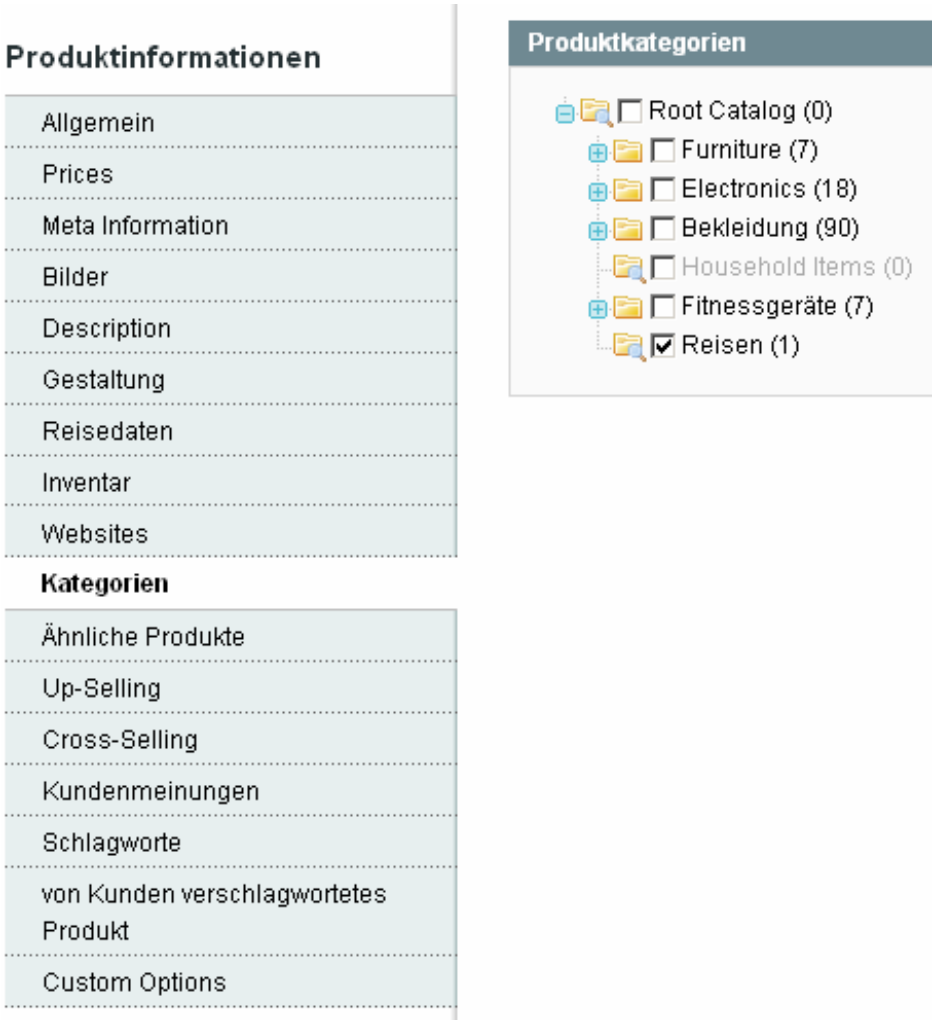
Name	Beschreibung
Höchstbestellmenge	maximale Abgabemenge
Stückzahl kann Dezimal sein	Für Produkte, die nach Gewicht oder Länge bestellt werden, können über diese Option Nachkommastellen zugelassen werden.
Nachbestellungen	regelt das Verfahren, wenn die Lagerbestände zur Neige gehen • keine Nachbestellungen = es können nur die verfügbaren Produkte gekauft werden • Lagerbestand unter 0 = Kunde kann mehr Artikel bestellen als vorhanden sind; er wird jedoch nicht darüber informiert, dass ein Teil der Bestellung als Nachlieferung abgewickelt wird • Lagerbestand unter 0 und Kunden informieren = Kunde kann mehr Artikel bestellen als vorhanden sind und wird darüber informiert, dass diese erst nachbestellt werden müssen
Benachrichtigung bei geringerem Lagerbestand als	sinkt der Lagerbestand unter die hier eingegebene Grenze, so wird der Shop-Betreiber per RSS-Feed darüber informiert
Lagerbestand	Lieferbar oder ausverkauft; ausverkaufte Produkte werden entsprechend gekennzeichnet. Sie können nicht in den Warenkorb gelegt, wohl aber auf den Wunschzettel geschrieben werden. Bei der Neuanlage eines Produkts wird der Lagerbestand defaultmäßig auf „ausverkauft“ gesetzt.

4.6.9 Websites

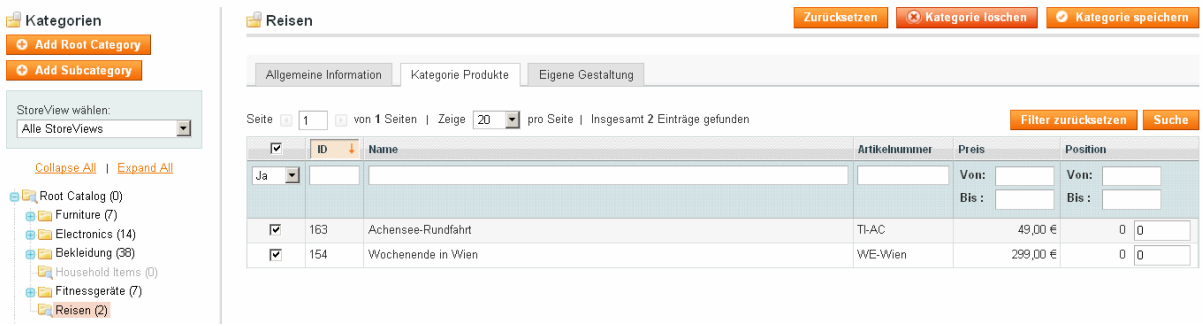
Dieser Menüpunkt ist hauptsächlich für Shops interessant, die aus mehreren Websites bestehen. Dann kann das Produkt der entsprechenden Website zugeordnet werden. Bei nur einer Site muss diese einfach angekreuzt werden, damit das Produkt sichtbar wird.

4.6.10 Kategorien

Um Produkte in Kategorien einzusortieren, gibt es mehrere Möglichkeiten. Bei der Neuanlage eines Produkts kann für dieses im Menüpunkt „Kategorien“ die passende Kategorie im Baum mit einem Häkchen markiert werden. Auf dieses Weise ist es auch möglich, ein Produkt mehreren Kategorien zuzuordnen.



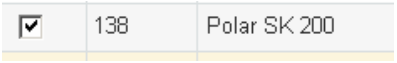
Die zweite Zuordnungsmöglichkeit besteht auf Kategorieebene. Der Reiter „Kategorie Produkte“ zeigt die verfügbaren Produkte. Durch Setzen oder Löschen des Hakens kann hier ebenfalls die Zuordnung zwischen Produkt und Kategorie vorgenommen werden. In der ersten Spalte werden drei Filtermöglichkeiten angeboten. „Ja“ zeigt nur die Produkte, die der Kategorie zugeordnet sind, „Alle“ zeigt alle Produkte und „Nein“ nur die Produkte, die der Kategorie nicht zugeordnet sind. So lässt sich eine neue Kategorie schnell mit Produkten befüllen.



4.6.11 Ähnliche Produkte

Die Anzeige ähnlicher Produkte wird über die erste Spalte im rechten Bereich gesteuert. Die zur Auswahl stehenden Optionen haben folgende Bedeutung:

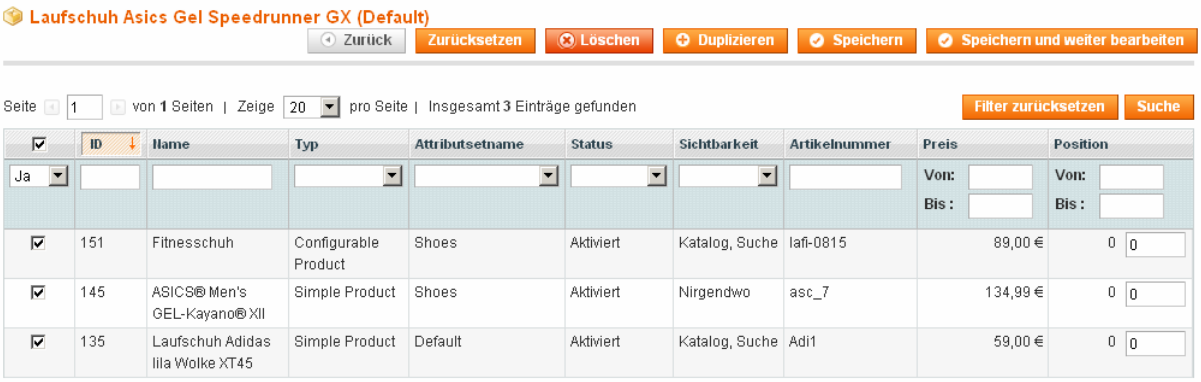
Alle: zeigt alle Produkte des Shops an. Ist ein Produkt als ähnliches Produkt zugeordnet, erscheint ein Haken im Feld in der ersten Spalte.

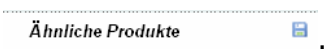


Ja: zeigt nur die Produkte an, die dem aktuellen Produkt als ähnliches Produkt zugeordnet sind.

Nein: zeigt nur die Produkte an, die dem aktuellen Produkt nicht als ähnliches Produkt zugeordnet sind.

Hier ein Beispielresultat für die Filteroption „Ja“.



Soll ein neues Produkt als ähnliches Produkt hinzugefügt werden, muss das Kästchen in der 1. Spalte markiert werden. Am Diskettensymbol in der Menüspalte erkennt man, dass die Änderung registriert wurde: 

. Über den Button „Speichern“ oder „Speichern und weiter bearbeiten“ wird die Änderung dauerhaft gemacht. Dabei ist es gleichgültig, welcher Wert in der Auswahlbox der 1. Spalte ausgewählt ist.

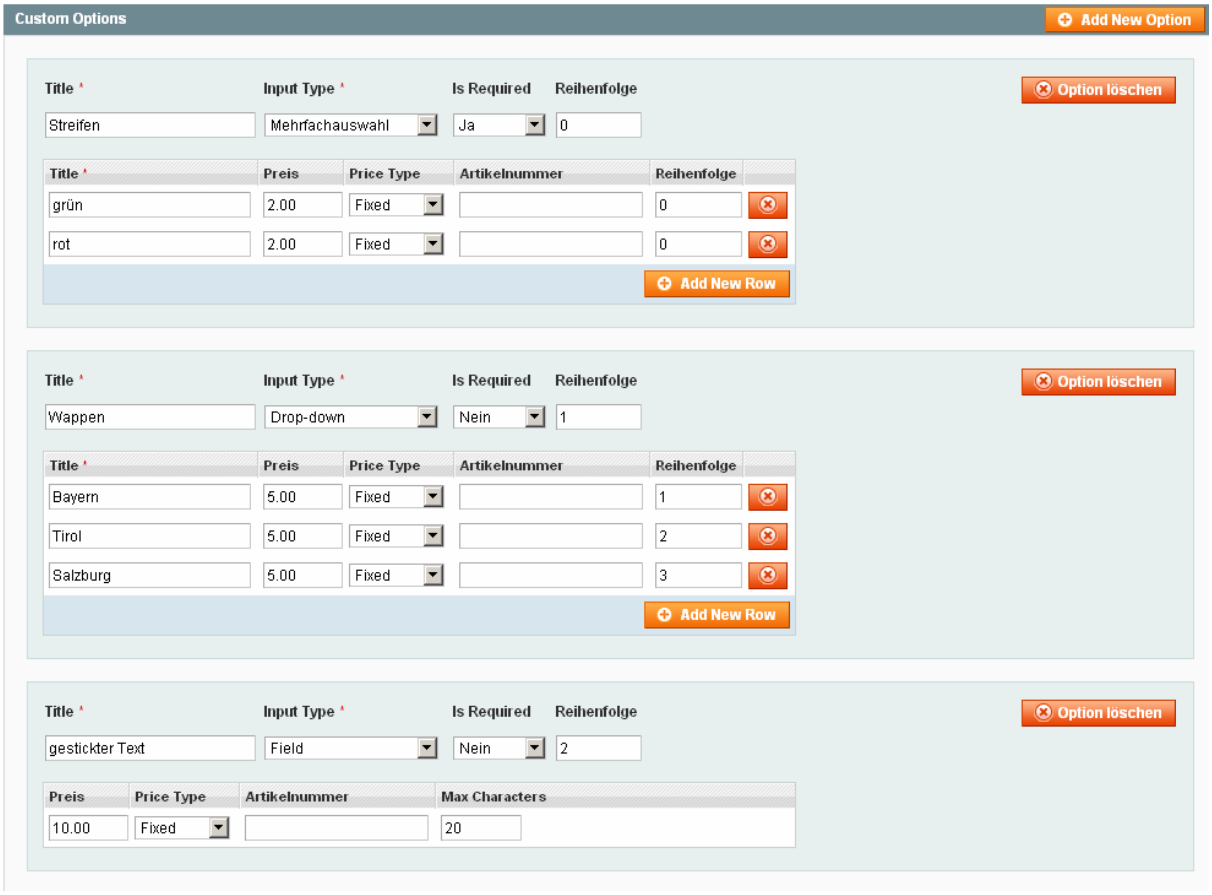
Wird ein Configurable Produkt als ähnliches Produkt angelegt, muss darauf geachtet werden, dass nicht versehentlich eines der Simple Products als ähnliches Produkt zugeordnet wird. In diesem Fall ist die Zuordnung nämlich nicht mehr sichtbar.

4.6.12 Up-Selling, Cross-Selling

Diese beiden Menüpunkte bieten die gleiche Funktionalität wie bei „ähnliche Produkte“.

4.6.13 Custom Options

Die Möglichkeit, Produkte beispielsweise durch Stickereien oder Gravuren zu individualisieren, ist mit Version 1.1 von Magento neu dazugekommen.

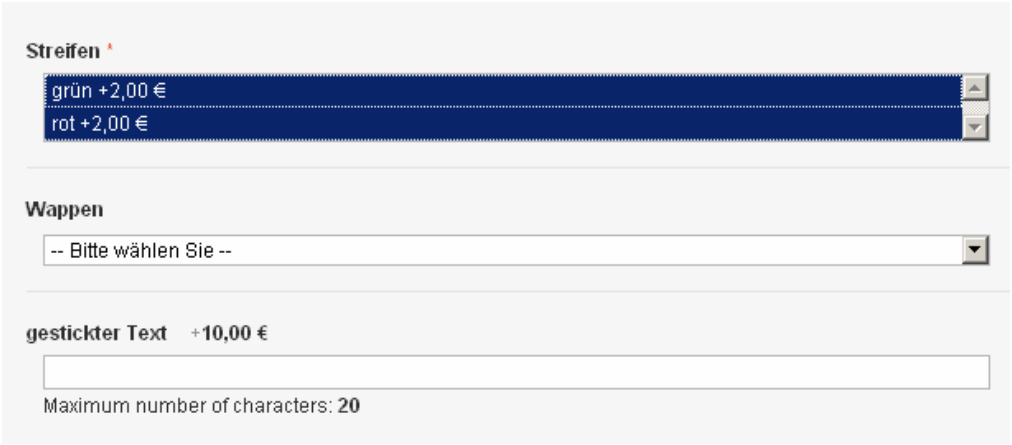

Custom Options
Add New Option
Title * Input Type * Is Required Reihenfolge
Option löschen
Streifen Mehrfachauswahl Ja 0
Title * Preis Price Type Artikelnummer Reihenfolge
grün 2.00 Fixed 0
rot 2.00 Fixed 0
Add New Row
Title * Input Type * Is Required Reihenfolge
Option löschen
Wappen Drop-down Nein 1
Title * Preis Price Type Artikelnummer Reihenfolge
Bayern 5.00 Fixed 1
Tirol 5.00 Fixed 2
Salzburg 5.00 Fixed 3
Add New Row
Title * Input Type * Is Required Reihenfolge
Option löschen
gestickter Text Field Nein 2
Preis Price Type Artikelnummer Max Characters
10.00 Fixed 20

Über den Button Add New Option wird ein neuer Optionsblock eingeblendet.

Name	Beschreibung

Name	Beschreibung
Title	Überschrift des Blocks
Input Type	Art des Eingabefelds
Is Required	legt fest, ob zu dieser Option ein Wert ausgewählt werden muss oder nicht
Reihenfolge	steuert die Reihenfolge der Anzeige in den Produktdetails
Add New Row	fügt für Listen (Select) eine neue Zeile ein, in der der Wert und die Preisoptionen festgelegt werden können; Der Preis kann für jede einzelne Option festgelegt werden und sowohl ein fester Wert als auch ein Prozentsatz des Artikelpreises sein.

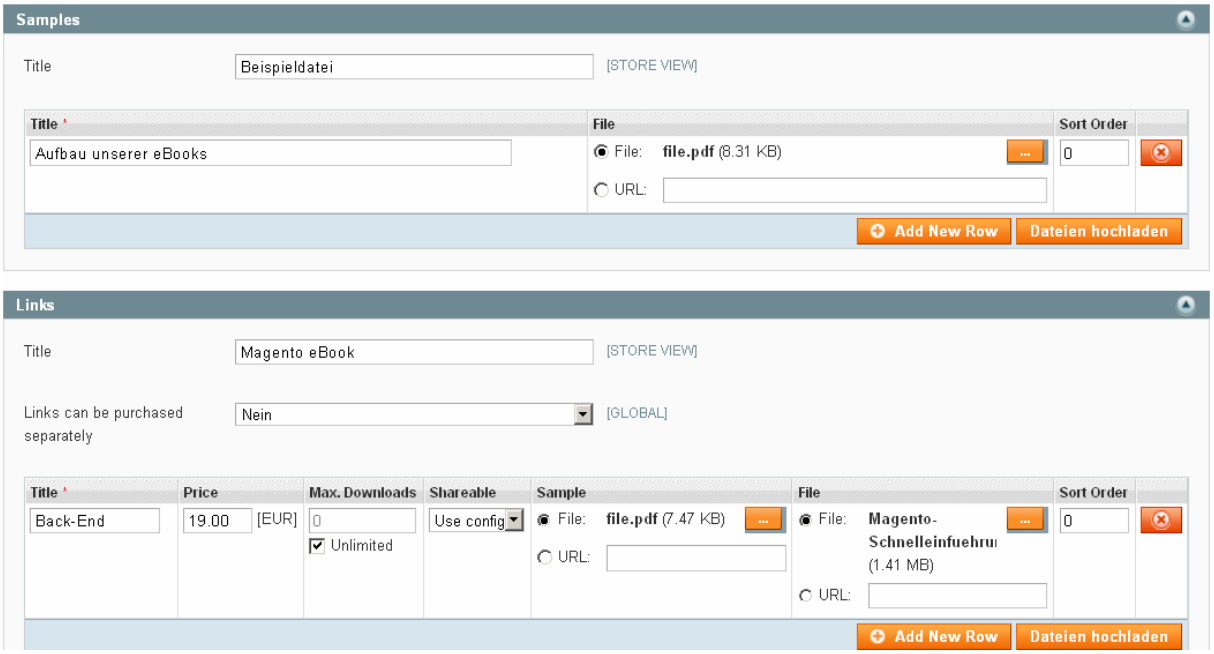
Das obige Beispiel aus dem Backend sieht im Front End wie folgt aus:



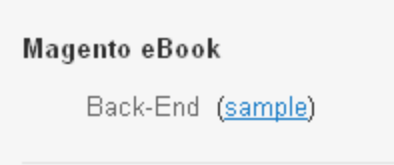
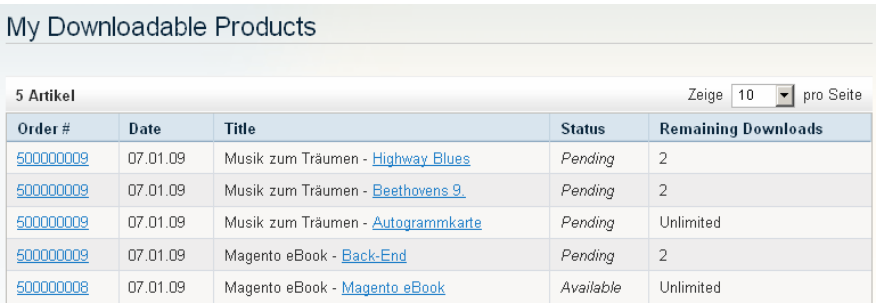
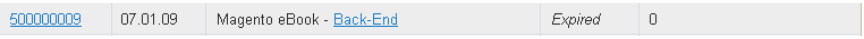
4.6.14 Downloadable Informations

Für Downloads muss bei der Neuanlage des Produkts der Produkttyp „Downloadable Product“ ausgewählt werden. Danach erfolgt die Anlage des Produkts wie bei allen anderen Produkttypen. Zusätzlich muss dann allerdings noch der Menüpunkt

„Downloadable Information“ ausgefüllt werden, der folgende Bereiche und Felder enthält:



Name	Beschreibung
Samples	Hier können übergreifende Beispieldateien eingepflegt werden, die bei der Produktbeschreibung unter dem Preis zur sofortigen Betrachtung angeboten werden.
Title	Überschrift des Bereichs, in dem Beispiele heruntergeladen werden können
Title	Titel des jeweiligen Downloads
File	Möglichkeit zur Auswahl zwischen einer Datei oder einem Link
Sort Order	Reihenfolge, in der mehrere Dateien/Links angezeigt werden

Name	Beschreibung
	sollen
Links	Hier werden die eigentlichen Download-Dateien eingepflegt.
Title	Titel, der in der grauen Detail-Box unterhalb der Bilderleiste erscheint 
Title	Titel der einzelnen Download-Datei
Links can be purchased separately	Wenn das Produkt aus mehreren einzelnen Dateien besteht, kann hier festgelegt werden, ob diese nur gemeinsam gekauft werden können oder ob der Kunde eine individuelle Auswahl treffen kann.
Price	Preis der Datei
Max. Downloads	Zeigt an, wie oft der Käufer den Link zum Download betätigen kann. Die Anzahl wird dem Benutzer nach dem Kauf in seinem Download-Bereich angezeigt.  Ist die maximal mögliche Anzahl an Downloads erreicht, wird der Status auf „Expired“ gesetzt.  Der Link ist dann zwar noch vorhanden, öffnet aber nur die gleiche Seite noch mal in einem neuem Fenster. Der Download gilt für Magento als durchgeführt, wenn der Link angeklickt wurde. Selbst wenn das Fenster, in dem der Benutzer zwischen dem Öffnen und Herunterladen der Datei ohne Auswahl und Aktion geschlossen wird, ist eine Download-Chance verwirkt.

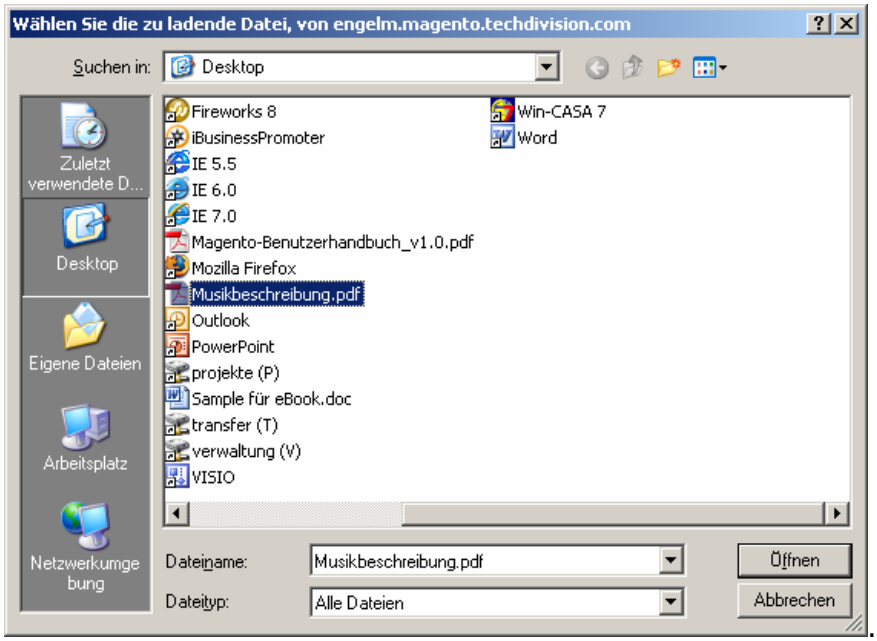
Name	Beschreibung
Shareable	Auswahl ist derzeit ohne Auswirkung auf das Front-End
Sample	Uploadmöglichkeit für eine Beispieldatei, die hinter dem Titel in Klammern als „sample“ zum sofortigen Betrachten gezeigt wird
File	Uploadmöglichkeit für die tatsächlich zu verkaufende Datei
Sort Order	Reihenfolge, in der mehrere Dateien/Links angezeigt werden; wird hier keine spezielle Reihenfolge eingegeben, werden die Dateien alphabetisch nach dem Dateinamen sortiert.

Zum Anlegen einer neuen Beispiel- oder Download-Datei muss der Button

gedrückt werden. Danach erscheint eine leere Zeile, die befüllt werden muss.

Zum Upload einer Datei wird der Button

gedrückt, der das Datei-Explorer-Fenster öffnet:



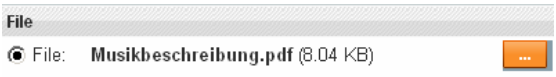
Dort sucht man die gewünschte Datei und drückt „Öffnen“. Der Dateiname wird dann in das Feld übertragen.

Am grauen Hintergrund des Feldes und dem

-Button ist erkennbar, dass noch ein weiterer Schritt nötig wird. Über den Button

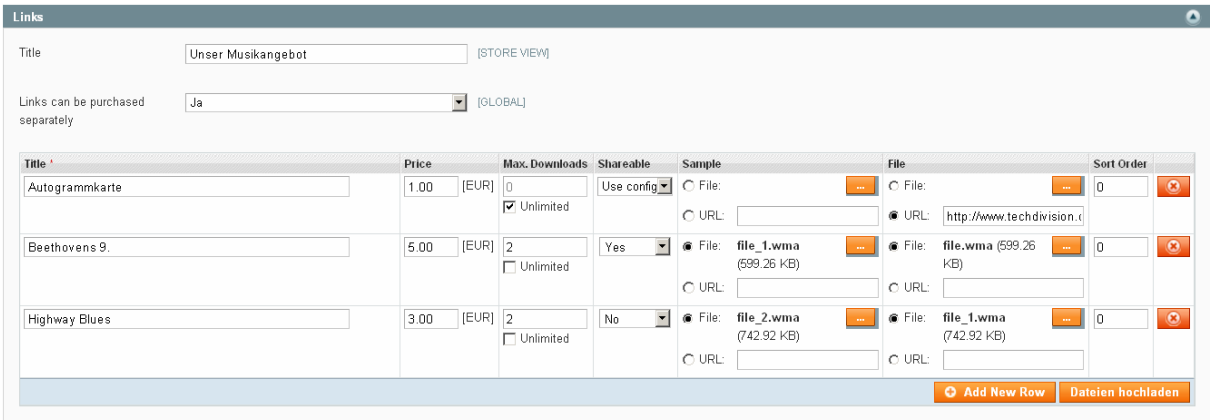
Dateien hochladen muss die Datei nämlich noch physikalisch hochgeladen werden. Während des Hochladens erhält das Feld einen gelben Hintergrund mit einer Fortschrittsanzeige:

Nach erfolgreichem Upload schließlich wird das Feld weiß und der Button ändert sich.



Mit dem X-Button kann der letzte Schritt rückgängig gemacht werden, während der ...-Button immer den Datei-Explorer öffnet.
Sobald eine Datei hochgeladen wurde, kann diese nicht mehr gelöscht, sondern nur noch ausgetauscht werden. Hat man z.B. die Download-Datei irrtümlicherweise in der Beispiel-Spalte hochgeladen, so muss die komplette Zeile mit dem -Button gelöscht und anschließend neu angelegt werden.
Wird eine URL gewünscht, so muss diese wie komplett eingetragen werden, z.B.

Ein Downloadable Product kann entweder aus einer Datei oder auch aus mehreren Dateien bestehen. So können beispielsweise verschiedene Musiktitel eines Interpreten angeboten werden, aus denen sich der Kunde seine persönliche Auswahl heraussuchen kann.
Im Back-End sieht letzteres wie folgt aus:



Im Front-End wird jede Datei mit einem Kästchen angezeigt. Markiert der Kunde eines dieser Kästchen, so wird der Gesamtpreis um den Einzelpreis der Datei erhöht. Der Grundpreis des Artikels, der im Menüpunkt „Prices“ gepflegt wird, sollte dabei

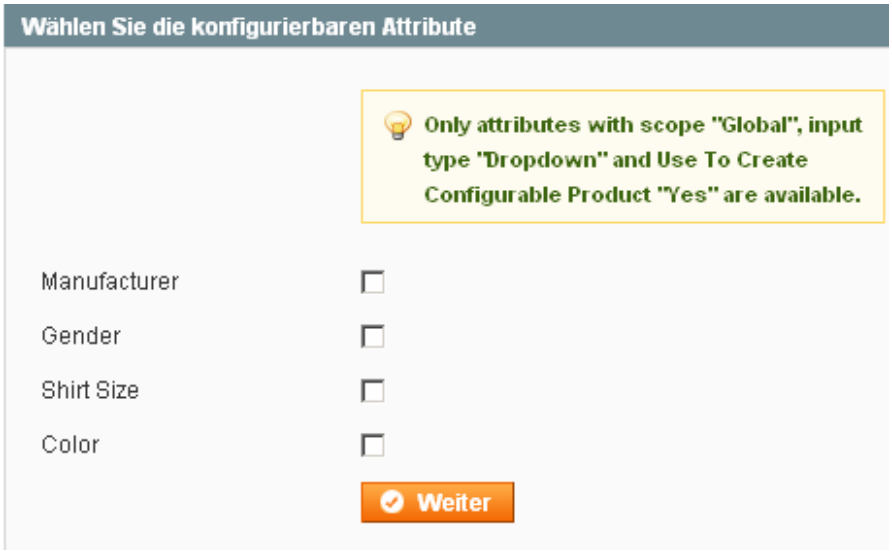
natürlich 0 betragen, damit der Gesamtpreis 0 ist, solange keine Dateien ausgewählt sind.

Handelt es sich um einzelne Dateien, die aber nur gemeinsam gekauft werden können, muss „Links can be purchased separately“ auf „Nein“ gesetzt und der Gesamtpreis unter „Prices“ gepflegt werden. Die Einzelpreise der Dateien werden in diesem Fall nämlich nicht berücksichtigt, und der Download wäre kostenlos:

Der Download der Dateien erfolgt im Benutzerkonto im Menüpunkt „My Downloadable Products“.
Die Dateien sind dort sofort nach der Bestellung sichtbar. Ob sie sofort heruntergeladen werden können, oder ob zuerst die Rechnung erstellt werden muss, kann konfiguriert werden.
Gibt der Käufer bei der Bestellung eine Stückzahl größer 1 an, so wird die Downloadhäufigkeit mit dieser Bestellmenge multipliziert. Kann eine Datei also 2 Mal heruntergeladen werden, und werden 2 Stück bestellt, so stehen 4 Downloadversuche zur Verfügung.

4.6.15 Configurable Products anlegen

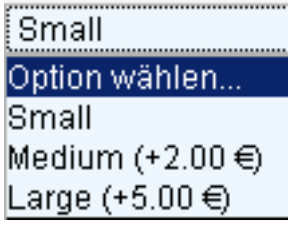
Nach der Auswahl des Produkttyps und des Attributsets können auf der folgenden Seite die konfigurierbaren Attribute eingestellt werden.

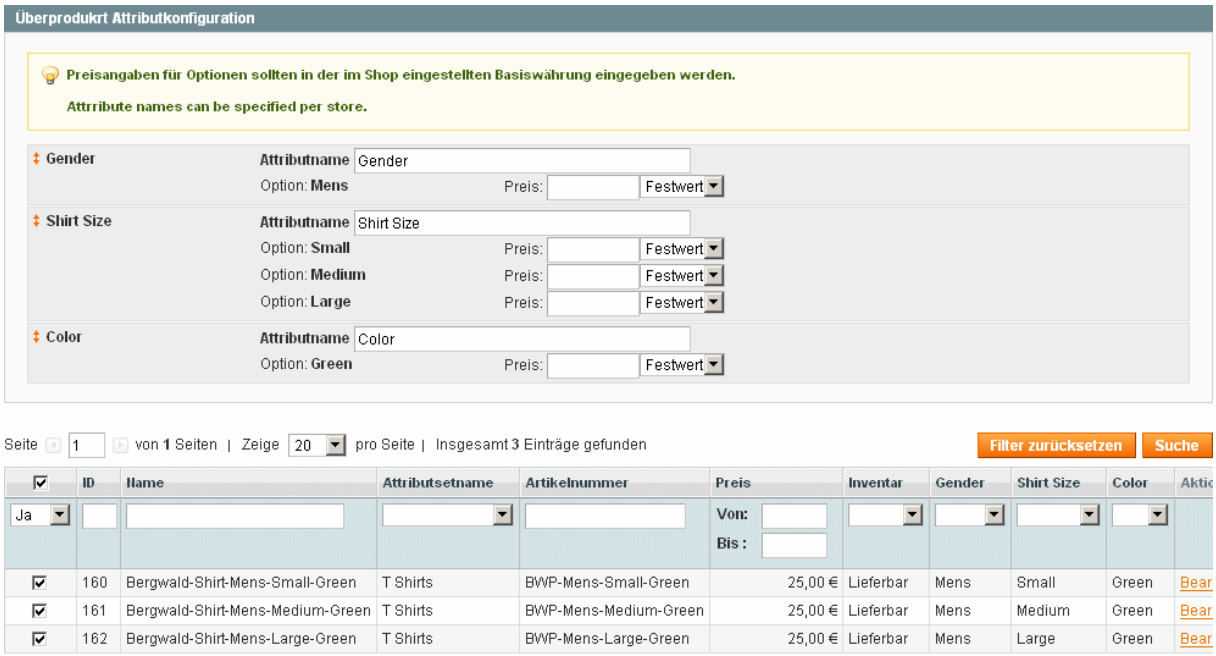

Wählen Sie die konfigurierbaren Attribute
Only attributes with scope "Global", input type "Dropdown" and Use To Create Configurable Product "Yes" are available.
Manufacturer
Gender
Shirt Size
Color
Weiter

Danach wird das Produkt so angelegt, wie vorher beschrieben. Für Configurable Products wird die Menüleiste um den Eintrag „verknüpfte Produkte“ erweitert:

Dort sind die grundlegenden Angaben des Dach-Produkts hinterlegt. Es können dann die Angaben für das erste Simple Product eingetragen werde.

Über den Button „Schnellanlegen“ werden das Simple Product gespeichert und im unteren Teil des Dialogs angezeigt.
Die Artikelnummer wird automatisch aus der Artikelnummer des Dachprodukts und den Attributausprägungen gebildet. Sie kann aber auch überschrieben werden.
Die Preise, die für die verschiedenen Attributwerte eingetragen werden können, sind feste oder prozentuale Zuschläge auf den Grundpreis des Dachprodukts.
Im Front-End werden diese Werte immer auf die aktuelle Auswahl umgerechnet. Wenn das kleine Shirt zum Grundpreis zu haben ist, ist das mittelgroße Shirt 2 EUR teurer. Aus Sicht des mittelgroßen Shirts ist das Kleine dann 2 EUR billiger.




Überprodukrt Attributkonfiguration
Preisangaben für Optionen sollten in der im Shop eingestellten Basiswährung eingegeben werden.
Attrribute names can be specified per store.
Gender
Attributname Gender
Option: Mens Preis: Festwert
Shirt Size
Attributname Shirt Size
Option: Small Preis: Festwert
Option: Medium Preis: Festwert
Option: Large Preis: Festwert
Color
Attributname Color
Option: Green Preis: Festwert
Seite 1 von 1 Seiten | Zeige 20 pro Seite | Insgesamt 3 Einträge gefunden
Filter zurücksetzen
Suche
ID Name Attributsetname Artikelnummer Preis Inventar Gender Shirt Size Color
Ja
Von:
Bis :
160 Bergwald-Shirt-Mens-Small-Green T Shirts BWP-Mens-Small-Green 25,00 € Lieferbar Mens Small Green
161 Bergwald-Shirt-Mens-Medium-Green T Shirts BWP-Mens-Medium-Green 25,00 € Lieferbar Mens Medium Green
162 Bergwald-Shirt-Mens-Large-Green T Shirts BWP-Mens-Large-Green 25,00 € Lieferbar Mens Large Green

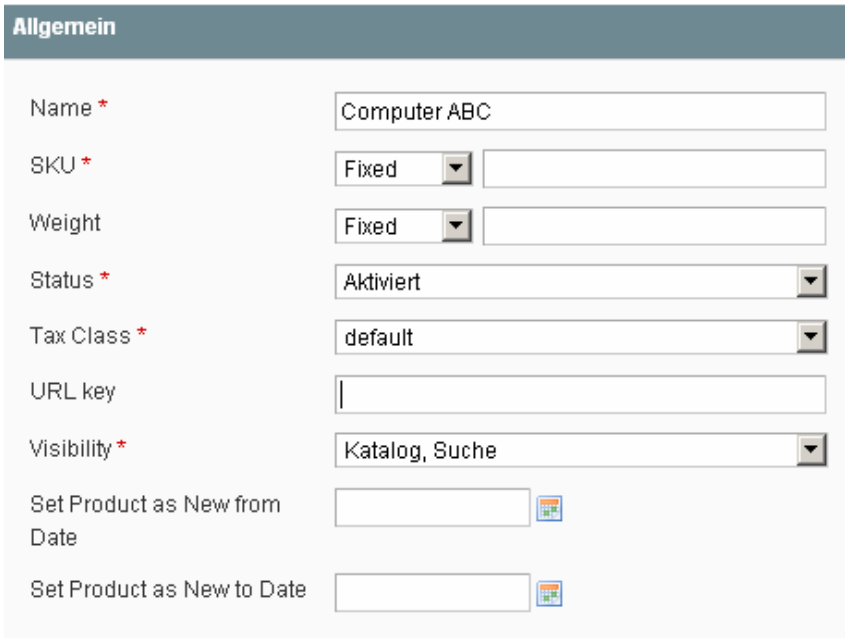
4.6.16 Virtual Products anlegen

„Virtual Products“ werden wie Simple Products angelegt. Der einzige Unterschied liegt im Menüpunkt „Allgemeines“. Dort fehlt nämlich das Feld für die Eingabe des Gewichts.

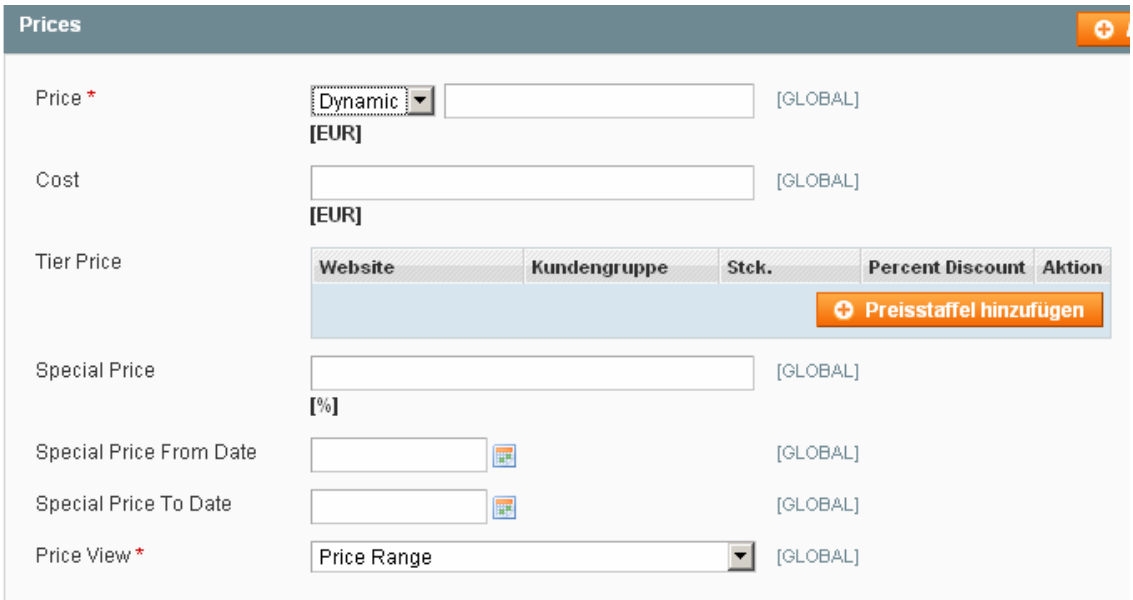
4.6.17 Bundle Product anlegen

Bei Bundle Products können einzelne Komponenten nach Wunsch des Kunden konfiguriert oder dazu bestellt werden. Dazu ist im ersten Auswahldialog der passende Produkttyp auszuwählen.

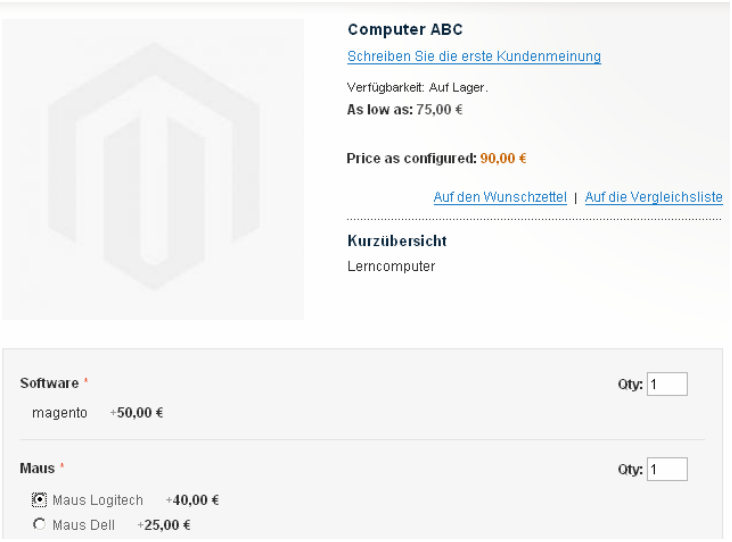
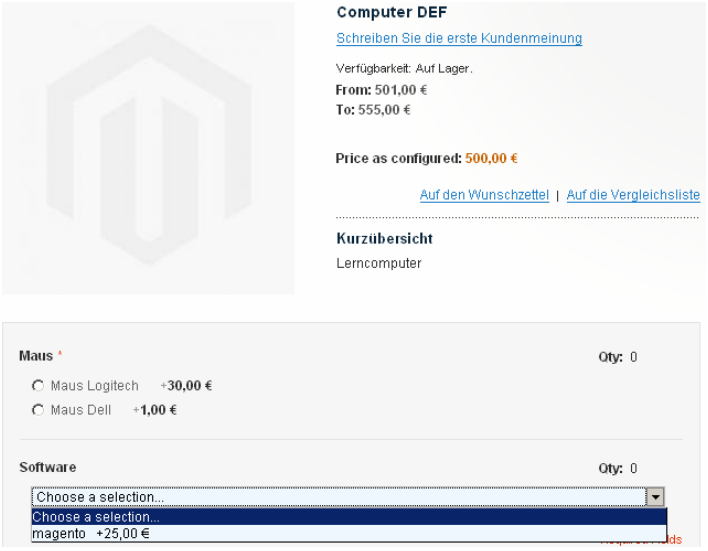
Die Unterschiede auf den Folgeseiten – verglichen mit den Simple Products – werden in diesem Kapitel dargestellt.

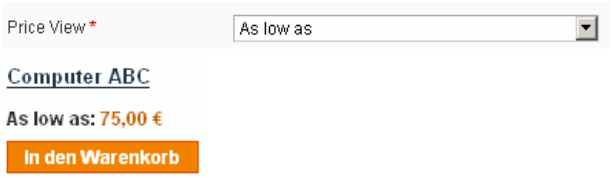


Hier kann ausgewählt werden, ob Artikelnummer (SKU) und Gewicht (Weight) unabhängig von der Konfiguration immer gleich bleiben oder variieren sollen.

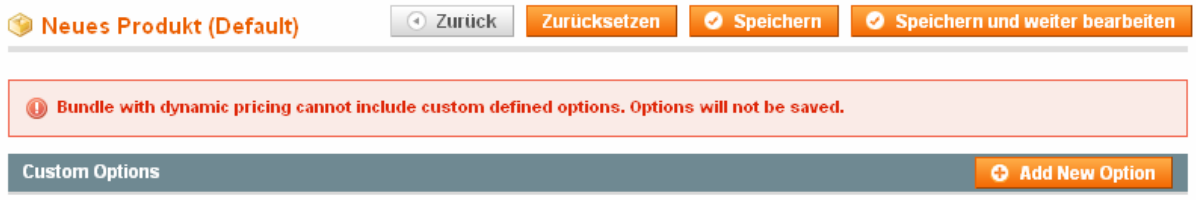


Besonderheiten gibt es hier bei folgenden Feldern:

Name	Beschreibung
Price	Dynamic: Der Preis des gesamten Produkts wird ausschließlich aus den Einzelpreisen der Komponenten errechnet. Daraus entsteht im Beispiel der Preis von 75 EUR (50 + 25) oder 90 EUR (50 + 40), d.h. der Computer selber kostet nichts.  Fixed: Es gibt einen Grundpreis, zu dem die Einzelpreise der gewählten Komponenten hinzukommen. Der Computer kostet im folgenden Beispiel EUR 500, wodurch sich mit der günstigeren Maus der Minimalpreis von EUR 501 ergibt. Mit der teuren Maus und der optionalen Software ergibt sich der Maximalpreis von EUR 555. 
Price View	Das Feld steuert die Anzeige des Preises in der Produktübersicht

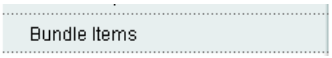
Name	Beschreibung
	und auf der Detailseite. Bei der Option „As low as“ wird nur der günstigste Preis angezeigt.  Bei der Option „Price Range“ werden der günstigste und der höchste Preis gezeigt.

Custom defined options, also beispielsweise Produkte mit einer kundendefinierten Beschriftung, sind bei Bundle Products nur möglich, wenn es einen festen Preis für das Grundprodukt gibt. Für dynamische Preise erscheint folgende Meldung:



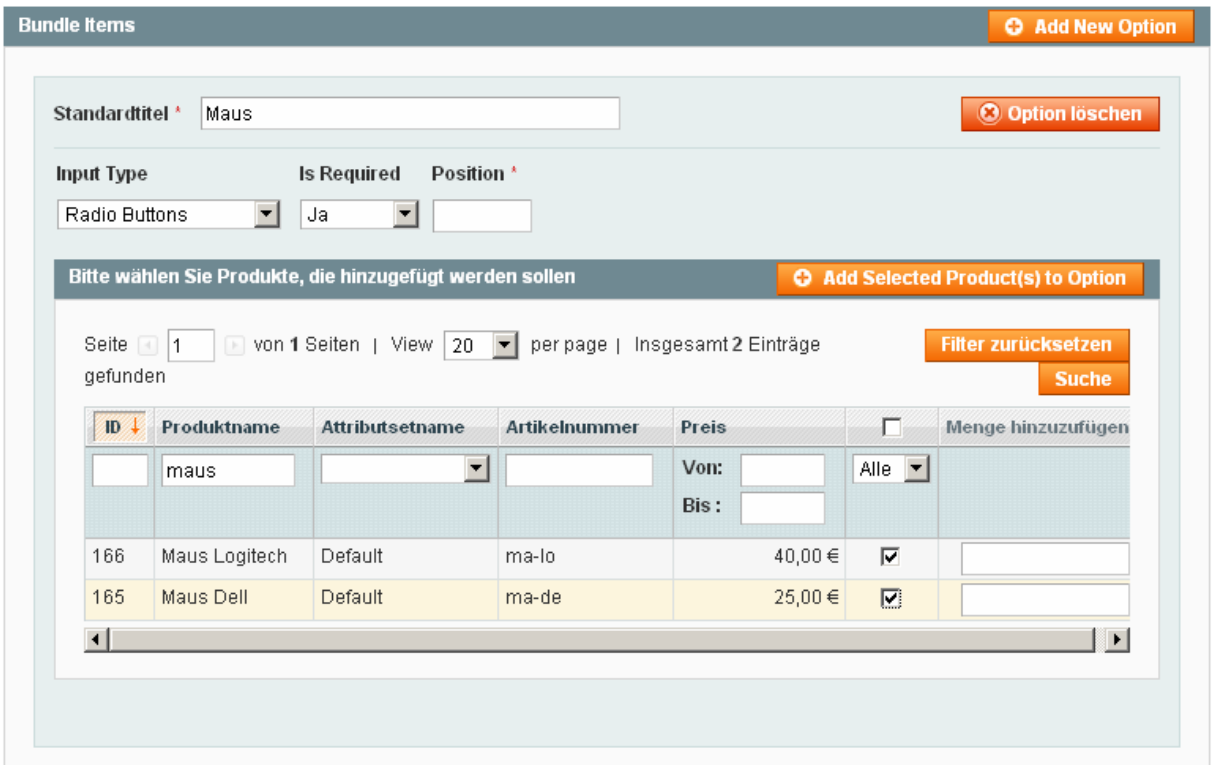
Es können zwar Optionen angelegt und auch gespeichert werden. Dies ist jedoch nur Schein, denn es findet keine echte Speicherung statt. (Möglicherweise handelt es sich bei dieser Meldung nur um einen vorläufigen Work-Around, und in einer der folgenden Versionen wird es entweder möglich, Kundenoptionen zu speichern, oder diese werden überhaupt nicht angezeigt.)

Nur bei Bundle Products wird der gleichnamige Navigationspunkt angezeigt:



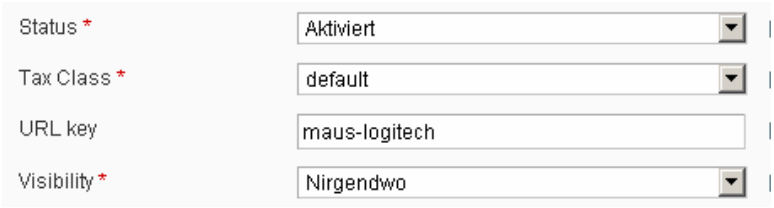
Zunächst muss ausgewählt werden, ob die im Bundle kombinierten Artikel zusammen oder getrennt versendet werden sollen. Bei einem Computer, der mit entsprechenden Komponenten ausgestattet wird, ist natürlich nur der gemeinsame Versand sinnvoll. Bei einer Kombination aus unterschiedlichen Kleidungsstücken ist auch ein getrennter Versand möglich.

Neue Optionen werden über den Button Add New Option eingefügt. Nach Vergabe des Titels der Bundle-Option muss festgelegt werden, welche Feldart gewünscht ist, ob es sich um ein Pflichtfeld handelt und an welcher Stelle es stehen soll. Danach kann über Add Selection die Liste aller Produkte eingeblendet werden.



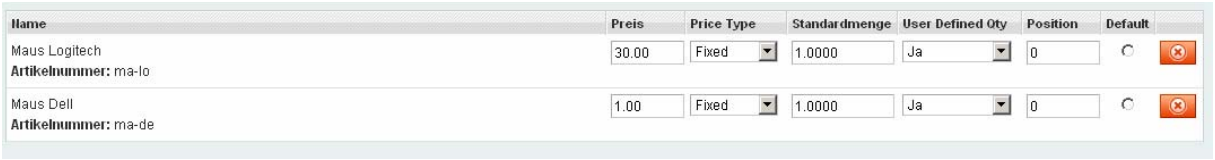
In der vorletzten Spalte können die Artikel markiert werden, die als Option zum Bundle zur Auswahl stehen sollen. Das bedeutet, dass auch Komponenten wie z.B. Speicher zunächst als Simple Products angelegt werden müssen. Werden diese

Produkte nicht eigenständig verkauft, muss die Visibility auf „Nirgendwo“ gesetzt werden. Der Status muss „aktiviert“ lauten.

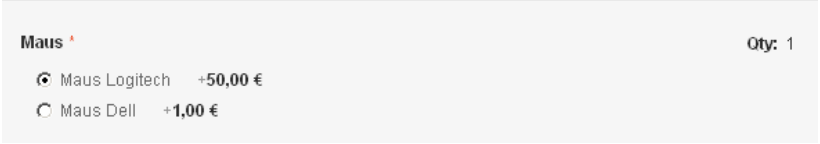


Wurde beim Bundle Product der Preis mit „Fixed“ ausgewählt, wird für die Komponenten der Preis verwendet, der dort gepflegt wurde.

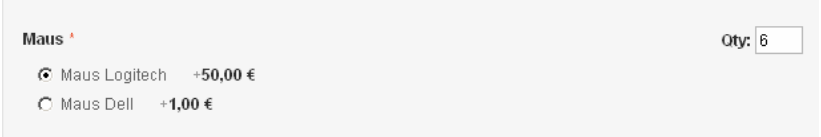
Wurde beim Bundle Product hingegen der Preis „Dynamic“ ausgewählt, kann der Preis für die Komponenten individuell festgelegt werden. Es sind sowohl ein Festpreis oder ein prozentualer Preis bezogen auf den Grundpreis des Artikels möglich.



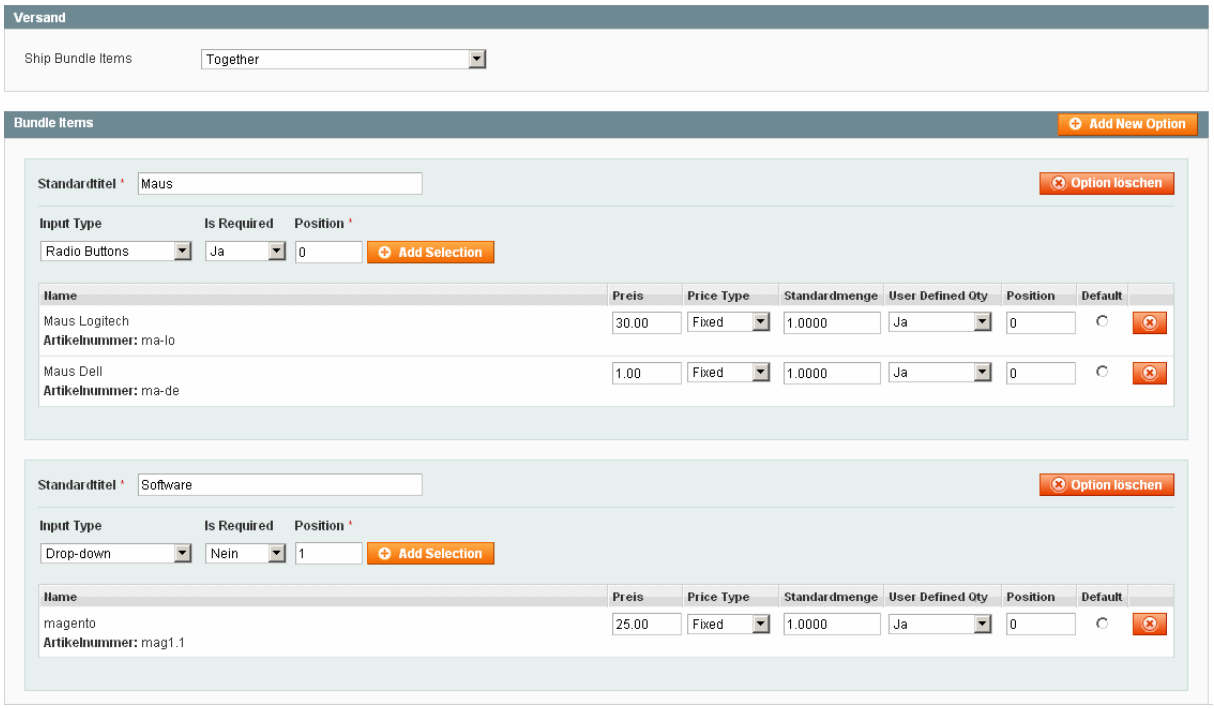
Über das Feld „User Defined Qty“ wird gesteuert, ob der Benutzer genau ein Stück bestellen kann:



oder ob er die Menge in einem Feld selber eingeben kann:

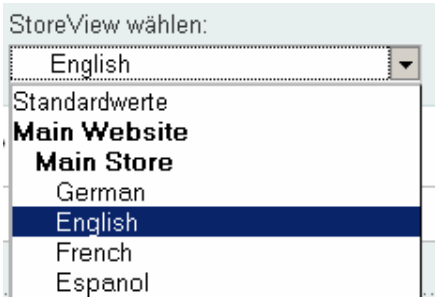


So wäre es bei einem Anzug, bestehend aus Hemd, Hose und Jacke sicher nicht schlecht, wenn man gleich mehrere weiße Hemden kaufen könnte.
Insgesamt sieht der Dialog wie folgt aus, wenn mehrere Komponenten mit dynamischem Preis ausgewählt wurden:



4.6.18 Mehrsprachigkeit

Soll ein Shop in mehreren Sprachen zur Verfügung stehen, muss für jede weitere Sprache ein neuer Store View angelegt werden. Alle Texte, die im Front-End sichtbar sind, müssen dann noch übersetzt werden. Dazu wird der passende Store View aus der Liste oberhalb der linken Navigationsspalte ausgewählt.



Zunächst werden die Standardwerte der Defaultsprache übernommen und deaktiviert dargestellt.

Löscht man jedoch den Haken im Kästchen „Verwende Standardwert“, wird das Feld aktiviert, und der Text kann überschrieben werden.

Neben den relevanten Texten sind natürlich auch Änderungen der Preise und anderer Bedingungen möglich.

4.7 Suchmaschinenoptimierung

Magento bietet standardmäßig eine sehr gute Unterstützung für die Suchmaschinenoptimierung. Dazu tragen folgende Aspekte bei:

- vollständig konfigurierbare URLs
- sprechende URLs werden standardmäßig erstellt
- URL-Rewriting aktiviert
- korrektes Plain-HTML, jedoch abhängig vom Template
- Alternativtexte möglich, müssen aber manuell eingepflegt werden
- Überschriftenhierarchie und Box-Modell für Template verwendbar
- individuelle Seitentitel möglich
- manuelle Eingabe von Meta-Tags möglich
- dynamische Erzeugung von HTML- und Google Sitemap

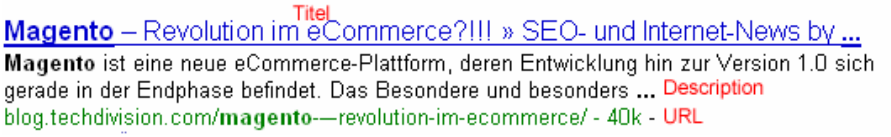
Die On-Site-Suchmaschinenoptimierung umfasst all die Schritte, die man auf den Web-Seiten selber vornehmen kann. Dies betrifft bei einem Online-Shop jede einzelne Produktseite. Zusätzlich ist es empfehlenswert, einige statische Seiten mit suchmaschinenrelevanten Inhalten um den eigentlichen Shop herum anzuordnen, so dass Suchende über verschiedene Wege in den Shop finden.
Ratsam ist es ferner, die Suchmaschinenoptimierung in das Fachkonzept aufzunehmen, um gleich alles „richtig“ anzulegen.

Für die On-Site-Suchmaschinenoptimierung gibt es folgende Stellschrauben:

1. URL
2. Seitentitel
3. Alt-Tag bei Bildern
4. Meta-Tag „Description“

5. Meta-Tag „Keywords“

Die ersten drei Elemente werden von den Spidern der Suchmaschinen gelesen und müssen die relevanten Schlüsselbegriffe enthalten. Mehrere Wörter sind durch Bindestriche voneinander zu trennen. Das Meta-Tag „Description“ wird für das sog. Snippet in den Suchergebnissen verwendet und sollte den Inhalt der Seite kurz und einladend zusammenfassen.


Titel
Magento – Revolution im eCommerce?!!! » SEO- und Internet-News by ...
Magento ist eine neue eCommerce-Plattform, deren Entwicklung hin zur Version 1.0 sich gerade in der Endphase befindet. Das Besondere und besonders ...
Description
blog.techdivision.com/magento-—revolution-im-ecommerce/ - 40k -
URL

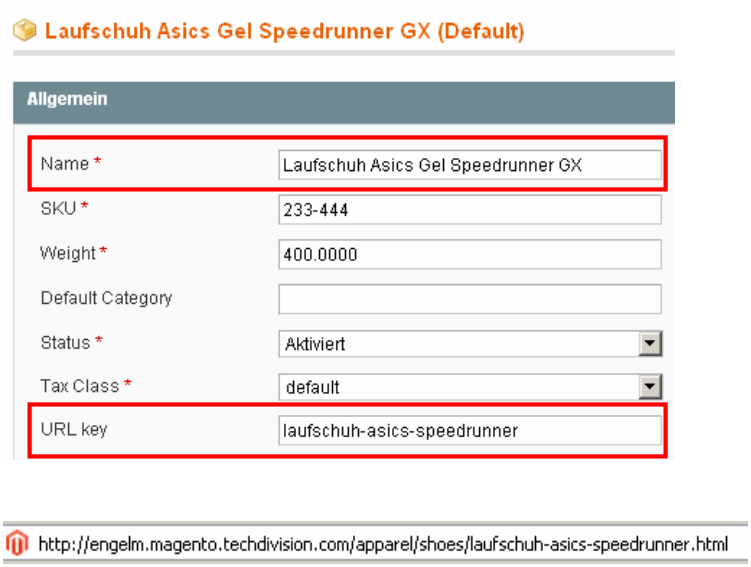
Das Meta-Tag „Keywords“ hat kaum mehr Bedeutung. Aber es kann nicht schaden, hier ein paar Schlüsselwörter (ca. 3-8) einzupflegen.
Solange keine individuellen Eingaben gemacht werden, wählt Magento bestimmte Werte aus Mussfeldern für die Suchmaschinenoptimierung. Auch wenn es mehr Arbeit bedeutet, ist es auf jeden Fall ratsam, die Texte individuell einzutragen.

Tag	Standard	Pflegemöglichkeit
URL	Namen des Produkts und der Hierarchie	Allgemein – URL key
Seitentitel	Hierarchie und Name des Produkts	Meta-Information – Meta Title
Alt-Tag bei Bildern	leer	Images - Label
Meta-Tag „Description“	Description aus dem Menüpunkt Description	Meta-Information – Meta Description
Meta-Tag „Keywords“	Name des Produkts ohne Komma	Meta-Information – Meta Keywords

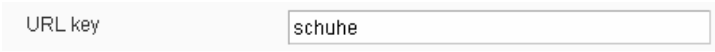
URL

Die URL wird ebenfalls automatisch aus dem Namen des Produkts und der Hierarchie gewählt:

Der letzte Teil kann bei den allgemeinen Informationen individuell geändert werden:



Die Teile der URL, die aus dem Baum der Hierarchie kommen, werden bei der Kategorie gepflegt. Auch hier wird standardmäßig der Name verwendet. Es kann aber auch ganz unten im Pflegedialog für Kategorien eine individuelle Angabe für die URL gemacht werden:



Dies sollte auf jeden Fall gemacht werden, wenn der Name einen Umlaut enthält. Magento ersetzt in einem solchen Fall den Umlaut einfach durch den „normalen“ Buchstaben, d.h. aus ‚ä’ wird ‚a’.
Bei der URL sind zwei Aspekte zu berücksichtigen:

1. Nachträgliche Umbenennungen der Hierarchie führen nicht zu einer neuen URL.
2. Besteht die URL schon einige Zeit und wurde sie bereits von den Suchmaschinen in den Index aufgenommen, so sollte man sie nicht mehr ändern, um die Benutzer nicht mit Fehlermeldungen zu vergraulen.

Seitentitel

Der Seitentitel wird automatisch aus dem Namen des Produkts und der Hierarchie gewählt:

Laufschuh Asics Gel Speedrunner - Schuhe - Bekleidung - German - Mozilla Firefox
Laufschuh Asics Gel Speedrunner GX (Default)
Allgemein
Name *
Laufschuh Asics Gel Speedrunner GX

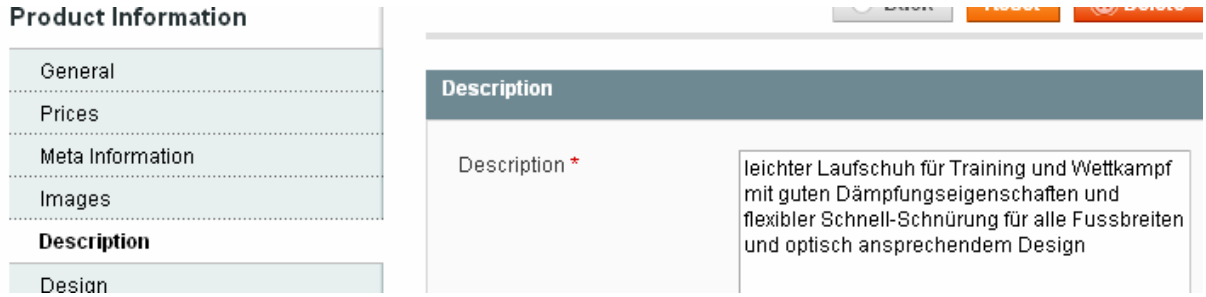
Diese Automatisierung ist bei Markenprodukten, die im Shop unter dem entsprechenden Namen angeboten werden, durchaus sinnvoll. Dennoch besteht die Möglichkeit, in den Meta-Informationen einen individuellen Titel einzugeben:

Alt-Tag bei Bildern

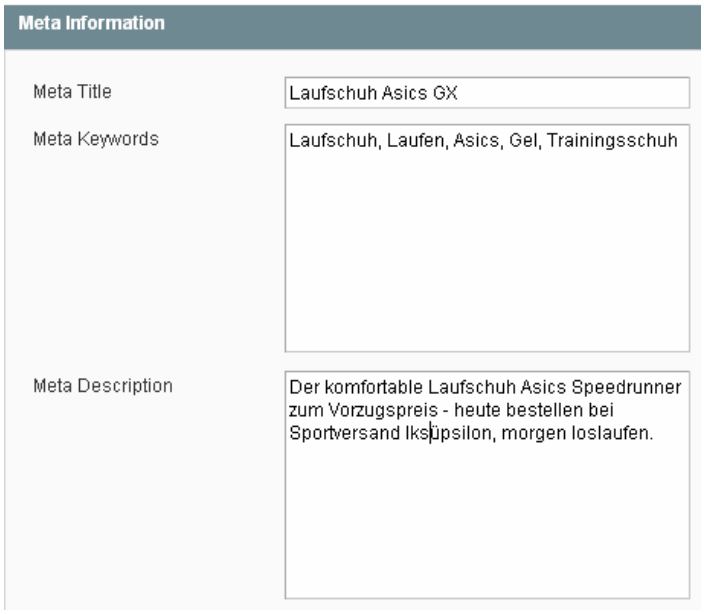
Das Label bei Bildern wird in das Alt-Tag aufgenommen, der Titel des Artikels wird zum Titel des Bildes.

Meta-Tag „Description“

Standardmäßig wird die Produktbeschreibung aus der Vorschau- und Produktdetailseite des Shops als Meta-Tag „Description“ verwendet.



Besser ist es jedoch, die Description mit einem individuellen, einladenden Text zu versehen, damit der Benutzer, der die Seite in den Suchergebnissen der Suchmaschinen angezeigt bekommt, gerne auf den Link klickt. Die Beschreibung darf maximal 255 Zeichen lang sein, was aber auch neben dem Eingabefeld angezeigt wird.


Meta Information
Meta Title
Laufschuh Asics GX
Meta Keywords
Laufschuh, Laufen, Asics, Gel, Trainingsschuh
Meta Description
Der komfortable Laufschuh Asics Speedrunner zum Vorzugspreis - heute bestellen bei Sportversand Iksüpsilon, morgen loslaufen.

Meta-Tag „Keywords“

Standardmäßig wird der Titel des Produkts als Meta-Tag „Keywords“ verwendet. Da die Wörter dabei jedoch nicht durch Kommas getrennt werden, ist auch hier eine manuelle Pflege (siehe oben) ratsam. Insgesamt sollten nicht mehr als 10 Begriffe oder Wortkombinationen verwendet werden.

4.8 URL Rewrite Verwaltung

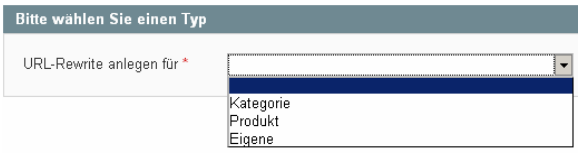
Über die URL Rewrite-Verwaltung im Backend kann nicht nur der Dateiname für ein Produkt umgeschrieben werden, sondern die komplette URL, die nach dem Domainnamen folgt. Dadurch wird ein Produkt unter einer neuen URL erreichbar. Die Verlinkung innerhalb des Shops ändert sich allerdings nicht.
Ein Produkt, das unter der URL

erreichbar ist, kann nach dem URL-Rewrite unter

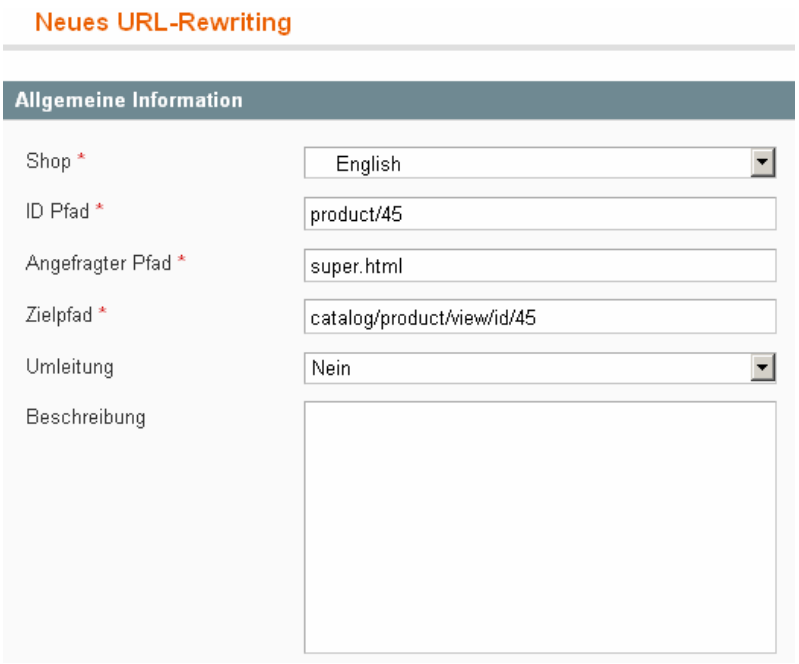
angeboten werden.

Dazu wird im URL Rewrite Management der Button

gedrückt. Bei der nachfolgenden Typ-Auswahl entscheidet man sich für „Eigene“.



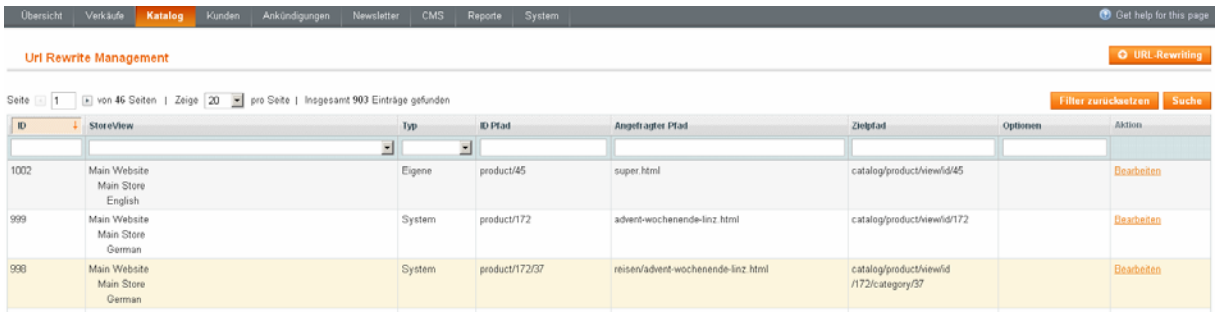
Nach der Auswahl erscheint der Eingabedialog:



Bezeichnung	Bedeutung
Shop	Möglichkeit zur Auswahl eines Shops, für den die neue URL gelten soll

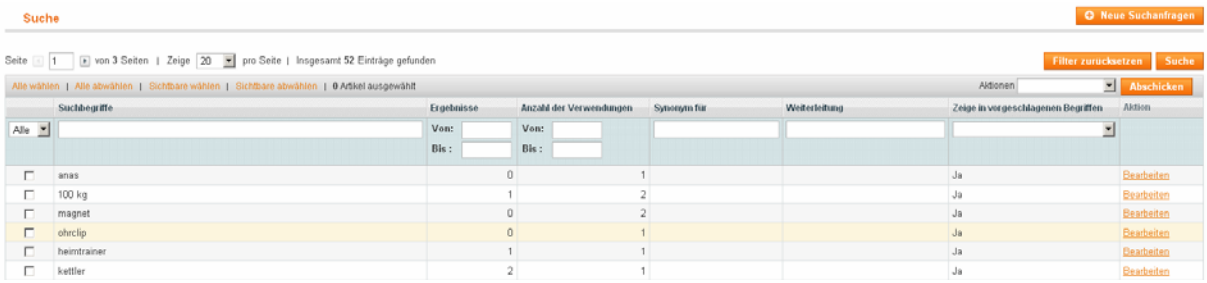
Bezeichnung	Bedeutung
ID Pfad	Name des Ordners und ID des Produkts
Angefragter Pfad	Pfad, unter dem das Produkt zukünftig erreichbar sein soll
Zielpfad	kompletter Pfad, unter dem das Produkt derzeit erreichbar ist
Umleitung	beeinflusst die URL, die im Browser angezeigt wird: ja: Die Produkt-Detailseite ist unter der umgeschriebenen URL erreichbar, angezeigt wird jedoch der Zielpfad. nein: Es wird die umgeschriebene URL angezeigt.
Beschreibung	für interne Zwecke

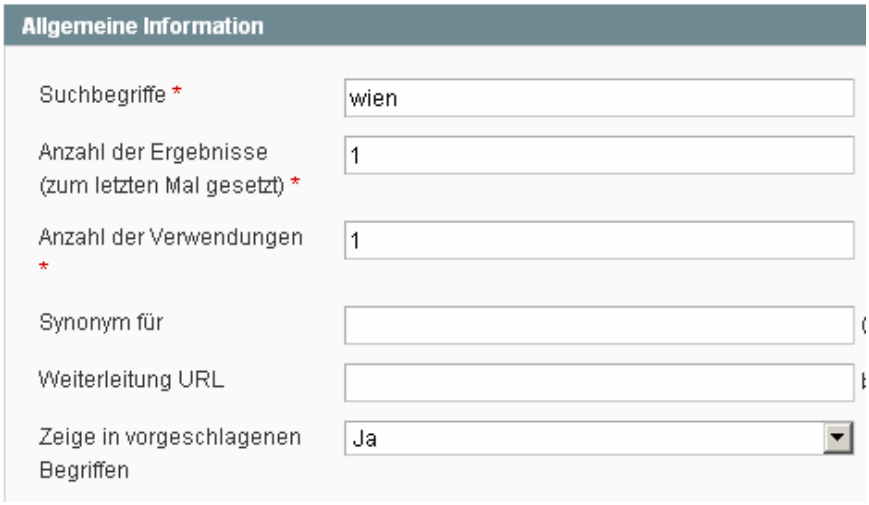
Wurde die URL mit URL speichern gespeichert, können nur noch der Angefragte Pfad und die Nicht-Pflichtfelder verändert werden. Im Zweifelsfall kann eine URL auch mit URL löschen gelöscht und neu angelegt werden.
Alle umgeschriebenen URLs sind in der Übersicht enthalten und können sortiert und gefiltert werden.

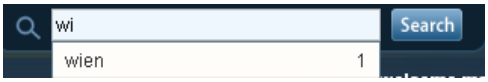


4.9 Suche

Im Menü „Katalog“ gibt es noch den nützlichen Menüpunkt „Suche“. Dort werden alle Suchanfragen der Benutzer protokolliert. Sie stehen dem Administrator für Auswertungen, Anregungen und Aktionen zur Verfügung.

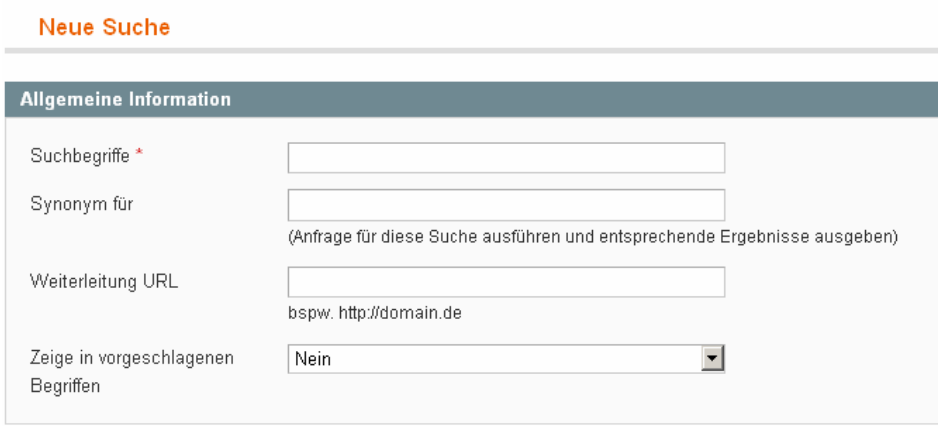




Bezeichnung	Anzeige
Suchbegriffe	zeigt den verwendeten Suchbegriff an
Anzahl der Ergebnisse	zeigt, wie viele Ergebnisse bei der letzten Suche nach diesem Begriff angezeigt wurden
Anzahl der Verwendungen	zeigt, wie oft dieser Begriff für einen Suche verwendet wurde
Synonym für	zeigt das Synonym für diesen Begriff an
Weiterleitung URL	URL, auf die bei diesem Suchbegriff weitergeleitet wird; eine neu eingetragene URL muss mit gesichert werden
Zeige in vorgeschlagenen Begriffen	Wird hier „ja“ ausgewählt, wird der Begriff in einer Liste unterhalb des Suchfensters vorgeschlagen, wenn die gleichen Anfangsbuchstaben eingegeben werden: 

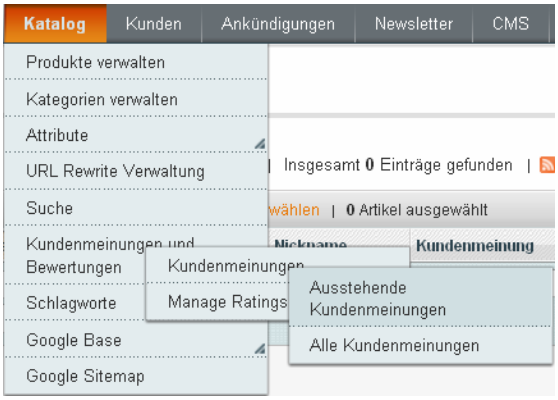
Wurde ein Suchlauf ausgewertet, kann er mit Suche löschen aus der Liste entfernt werden. Mehrere Suchbegriffe können auch in der Übersicht in der ersten Spalte markiert werden. Unter „Aktionen“ wählt man dann „Löschen“ aus und drückt anschließend den Button „Abschicken“.

Gibt es für einen Artikel unterschiedliche Bezeichnungen oder ist anzunehmen, dass bestimmte Schreibfehler bei der Eingabe des Suchbegriffs gemacht werden, können aktiv Synonyme angelegt werden. Dazu muss oben rechts der Button Neue Suchanfragen gedrückt werden. Es erscheint dann der oben bereits vorgestellte Dialog, dem lediglich die zwei Felder zu den tatsächlichen Suchläufen fehlen:

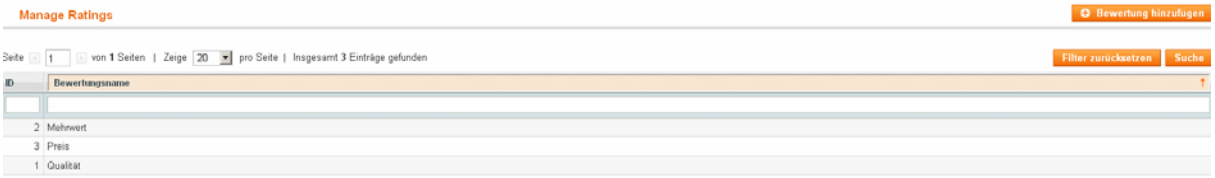


In das Feld „Synonym für“ wird der korrekte Suchbegriff eingetragen, für den also standardmäßig ein Suchergebnis gefunden wird. Im Feld „Suchbegriffe“ wird dann das Synonym oder der Begriff mit Tippfehler eingetragen. Wird dieser Suchbegriff eingegeben, wird die Suche für das Synonym durchgeführt.
Um einen Artikel mit der Bezeichnung „Geldbörse“ könnte also beispielsweise folgende Synonymwelt aufgebaut werden:

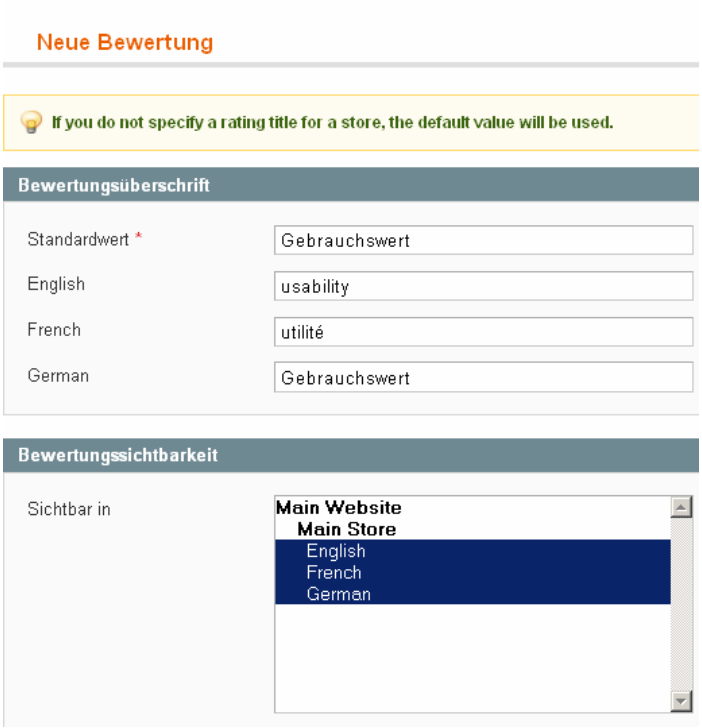
4.10 Kundenmeinungen und Bewertungen bearbeiten



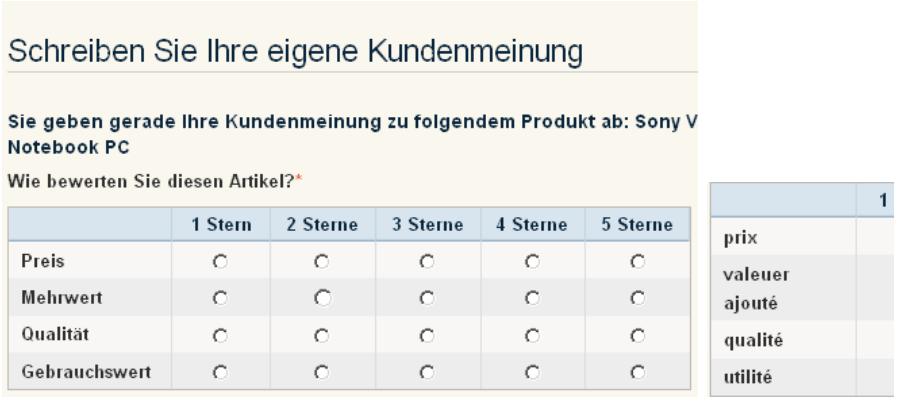
In diesem verzweigten Menüpunkt können die Kundenbewertungen eingerichtet, moderiert und freigegeben werden.
Über Manage Ratings gelangt man zur Übersicht der Bewertungskriterien. Standardmäßig sind hier „Price“, „Quality“ und „Value“ enthalten. Per Doppelklick auf die Zeile gelangt man zum Bearbeitungsdialog, in dem man eine Übersetzung vornehmen kann.



Ein neues Bewertungskriterium wird über Bewertung hinzufügen eingefügt.



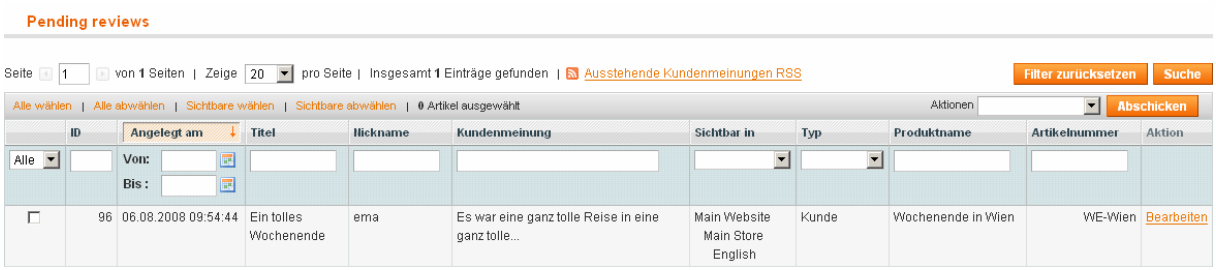
Die Bewertungskriterien können für einen einzelnen Shop oder für beliebig viele Shops festgelegt werden. Besteht ein Shop in mehreren Sprachen, so muss der Begriff in allen Sprachen eingetragen werden. Je nach gewählter Sprache werden dann automatisch die passenden Begriffe angezeigt. Nach dem Speichern ist das neue Kriterium für die Kunden im Shop sichtbar.



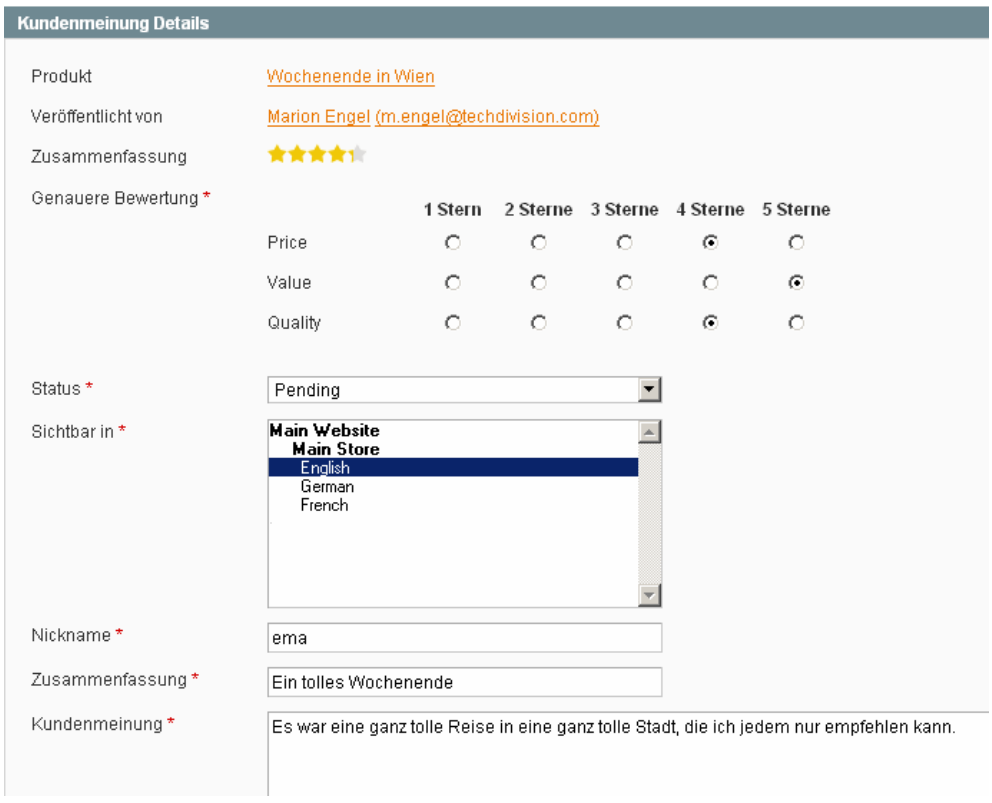
Über

kann das gerade geöffnete Bewertungskriterium gelöscht werden.

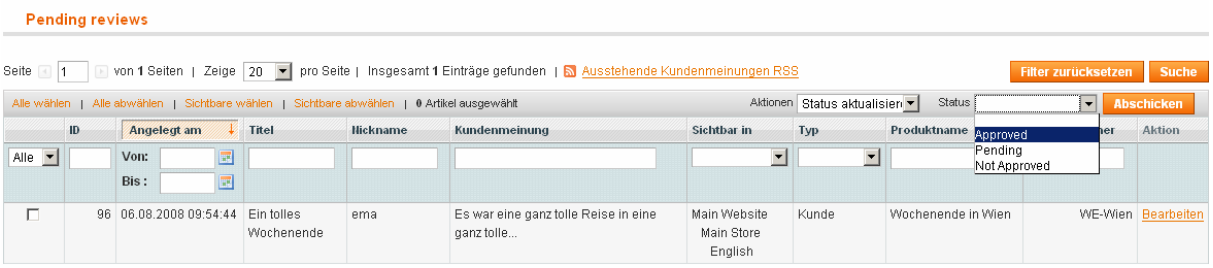
Über Kundenmeinungen – ausstehende Kundenmeinungen werden alle neuen Bewertungen angezeigt, die zur Prüfung und Freigabe anstehen.



Per Mausklick auf die gewünschte Zeile gelangt man zur Detailansicht der Produktbewertung. Hier kann der Administrator die Bewertung korrigieren, wenn dies nötig sein sollte. Ist an der Bewertung nichts auszusetzen, so erfolgt die Freigabe über eine Änderung des Status. Der Default-Status lautet „Pending“ und kann zur Freigabe auf „Approved“, zum Verwerfen auf „Not Approved“ gesetzt werden.



Sollen mehrere Reviews mit der gleichen Aktion behandelt werden, kann dies auch in der Übersicht geschehen. Im Feld „Aktion“ wird die gewünschte Aktion gewählt. Es erscheint dann zusätzlich das Status-Feld, damit der gewünschte Status festgelegt werden kann.

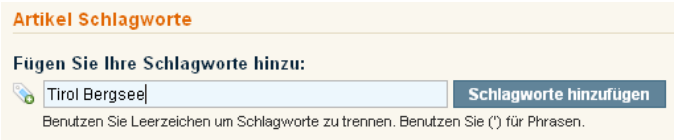


Mit dem Button „Abschicken“ werden die Änderungen gespeichert.
Alle Kundenmeinungen sind unabhängig von ihrem Status über Kundenmeinungen – Alle Kundenmeinungen einsehbar. Über die Filterfunktionen kann man hier beispielsweise ermitteln, welche Bewertungen zu einem bestimmten Produkt eingegangen sind. Auch nach der Freigabe hat der Administrator hier noch die Möglichkeit, die Bewertungen zu ändern oder zu löschen. Ob bzw. wann das Sinn macht, ist natürlich eine andere Frage.

Alle Kundenmeinungen
Kundenmeinung hinzufügen
Seite 1 von 1 Seiten | Zeige 20 pro Seite | Insgesamt 6 Einträge gefunden | Ausstehende Kundenmeinungen RSS
Filter zurücksetzen
Suche
ID
Angelegt am
Status
Titel
Nickname
Kundenmeinung
Sichtbar in
Typ
Produktname
Artikelnummer
Aktion
Von:
Bis :
101 11.12.2008 10:23:48 Approved feine Sache Susi Das war ein traumhaftes Wochenende, kurzweilig,... Main Website Main Store English Gast Adventswochenende in Linz AV-LI Bearbeiten
100 11.12.2008 10:21:47 Approved ganz gut Nikolausi Die Farbe finde ich Spitze, aber der Preis?? Is... Main Website Main Store English Gast Polar SK 200 PS0909 Bearbeiten
98 11.12.2008 10:13:22 Approved Super Sache! Marion Das war ein traumhaftes Wochenende, kurzweilig,... Main Website Main Store English Kunde Adventswochenende in Linz AV-LI Bearbeiten

4.11 Schlagworte von Kunden freigeben

Angemeldete Kunden haben auf der Produktdetailseite die Möglichkeit, Schlagwörter zum Produkt einzugeben:


Artikel Schlagworte
Fügen Sie Ihre Schlagworte hinzu:
Tirol Bergsee
Schlagworte hinzufügen
Benutzen Sie Leerzeichen um Schlagworte zu trennen. Benutzen Sie (') für Phrasen.

Diese Schlagwörter sind für den Administrator beim jeweiligen Produkt sichtbar. Der letzte Menüpunkt „Schlagworte“ zeigt alle Schlagworte und den jeweiligen Status in der letzten Spalte.

Schlagwort	Anzahl der Verwendungen	Status
	Von: / Bis :	
Bergsee	1	Ausstehend
Tirol	1	Ausstehend

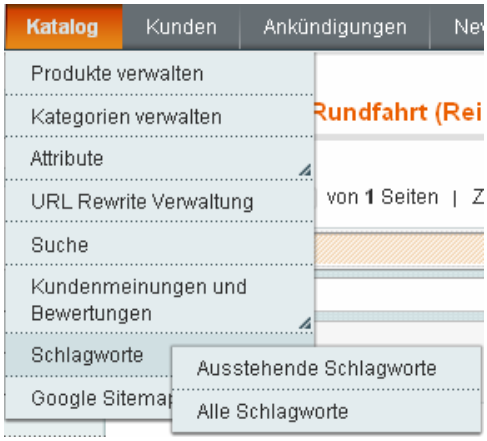
Der Menüpunkt „vom Kunden verschlagwortetes Produkt“ zeigt alle neu eingestellten Schlagworte mit den Kontaktdaten des Autors.

Nach einem Klick auf eine Zeile wird das Schlagwort mit der Möglichkeit angezeigt, den Status des Schlagworts festzulegen. Bis zur Bearbeitung lautet dieser „Ausstehend“. Mit „Deaktiviert“ kann das Schlagwort verworfen werden, während es mit „Bestätigt“ freigegeben wird.

Die Schlagworte sind nach der Bearbeitung auf den Übersichtsseiten und auf der Produktseite im Shop sichtbar.

Artikel Schlagworte
Andere haben diesen Artikel mit folgenden Schlagworten markiert:
Ausdauertraining (1) | nachhaltig abnehmen (1)

Damit der Administrator nicht laufend alle Produkte durchgehen muss, um etwaige neue Schlagwörter zu finden, kann er diese produktübergreifend auch aus dem Menü erreichen. Unter „Katalog“, „Schlagworte“, „ausstehende Schlagworte“



stehen alle ausstehenden Schlagworte zur Verfügung.

Per Klick auf eine Zeile gelangt man zu den Feldern, in denen das Schlagwort editiert werden kann. Die letzte Spalte (Actions) erlaubt auch den Sprung zu den Produkten und Kunden, die mit dem Schlagwort verbunden sind.

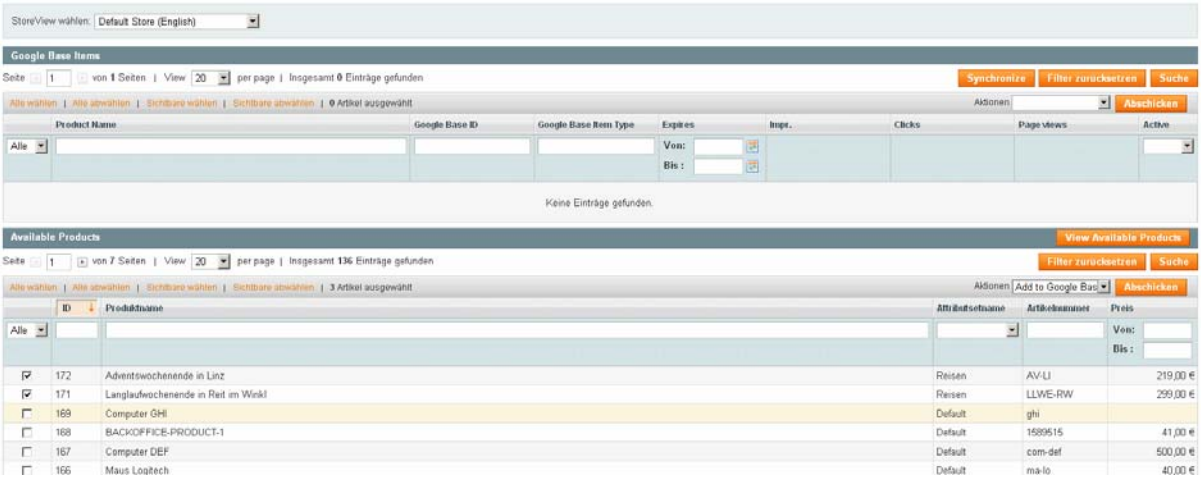
Über „Katalog“, „Schlagworte“, „alle Schlagworte“ kann man sich alternativ alle Tags anzeigen lassen und je nach Bedarf nach verschiedenen Kriterien sortieren oder filtern.

4.12 Google Base

Neu in Magento ist eine Schnittstelle zu Google Base, der Produktsuchmaschine von Google.

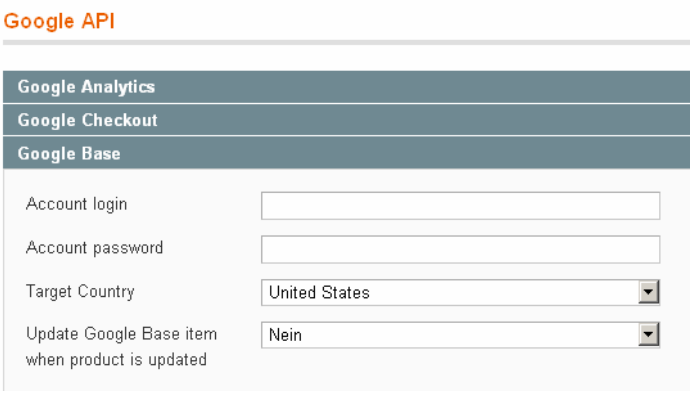
Google
Adidas Schuhe
Produkte suchen
Websuche
Erweiterte Produktsuche
Einstellungen
Produkte
Bildergalerie
Sortieren nach:
Relevanz
adidas-Schuhe
adidas-Freizeitschuh "Superstar II". Größe:Bestellen Sie bitte Ihre normale Straßenschuhgröße. Die Schuhe werden in dt. Größen ausgeliefert. ....
€84,95
neckermann.de
489 Händlerbewertungen
Adidas Schuhe Damen Studio Resp II schwarz Grösse
ADIDAS Woman Die Schuhe stammen aus einer Sportgeschäft Auflösung. NEU und ungetragen mit Etikett. Die Schuhe werden im ORIGINAL Karton geliefert. ....
€39,95
JUST Jeans and More Outlet Hamburg
Schuhe adidas
Spezial (black, white) adidas Originals 1979 erschien das Original des Spezial, ein Indoor-Handballschuh, der schon bald von den besten Spielern der Welt ....
€69,95
Regi Shoes - Schuhe, Taschen und Bekleidung bekann...

Hier kann nach Produkten gesucht werden, die über den Link dann im zugehörigen Shop gekauft werden können.
Im unteren Bereich des Dialogs werden die Produkte ausgewählt, die in Google Base angeboten werden sollen. Über die Aktion „Add to Google Base“ werden sie dann übertragen.



Im oberen Bereich des Dialogs werden die derzeit bei Google Base geführten Produkte angezeigt.

Diese Funktionen können allerdings nur verwendet werden, wenn man ein Google-Konto besitzt und die zugehörigen Angaben unter System – Konfiguration – Google API eingetragen hat.



4.13 Google Sitemap

Hier kann auf Knopfdruck eine Google Sitemap erzeugt werden, die den Suchmaschinen-Spidern hilft, den Shop und seine einzelnen Seiten schneller und einfacher zu indizieren.

Über den Button

wird der Dialog zum Anlegen der Sitemap geöffnet.

Hier müssen der Namen und Pfad zur Sitemap und der zugehörige Store View eingegeben werden. Mit

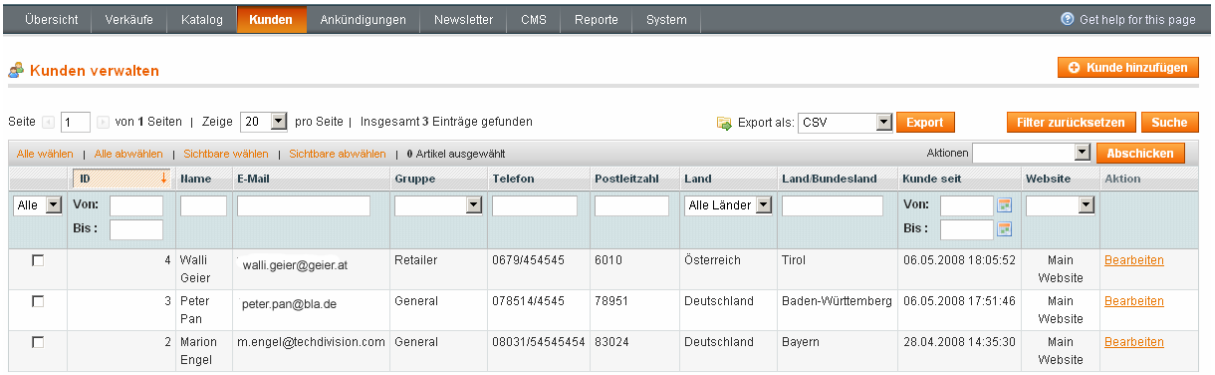
wird die Sitemap erzeugt und unter dem festgelegten Pfad gespeichert.

5 Kundenverwaltung

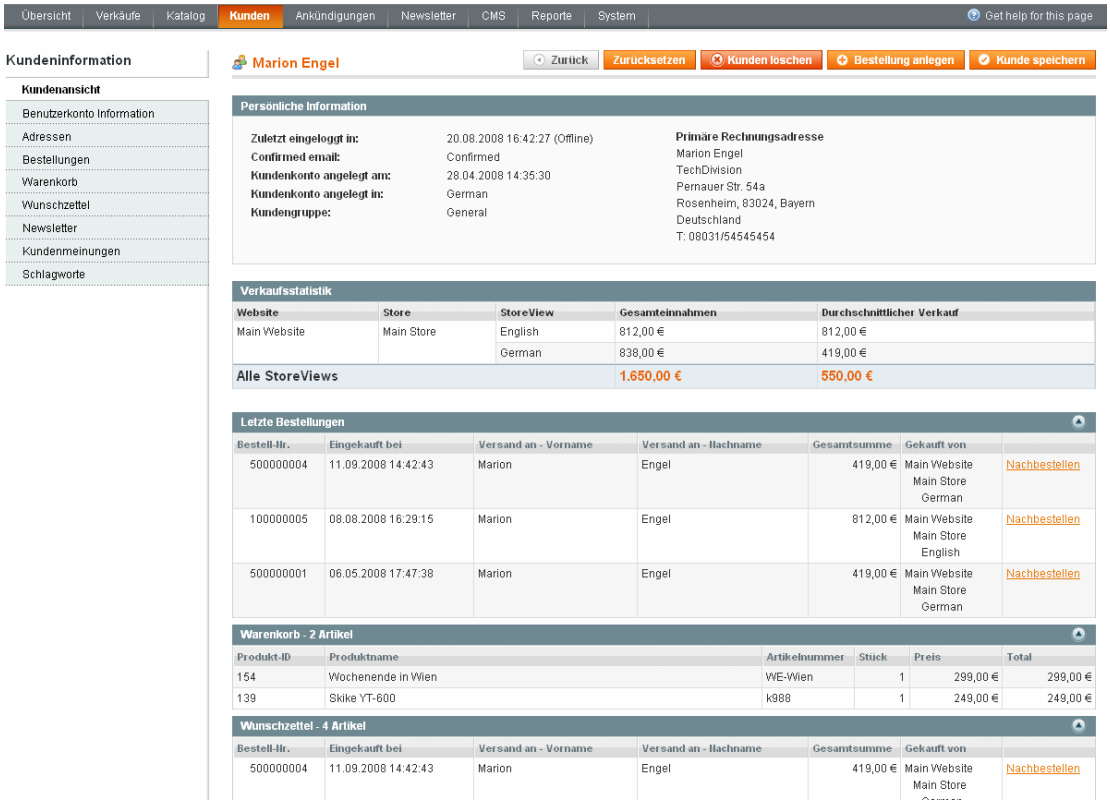
Das Menü „Kunden“ hat drei Unterpunkte, über die Kunden verwaltet und Kundenaktionen nachverfolgt werden können.

5.1 Kunden verwalten

Der Übersichtsdialog enthält die Liste aller registrierten Kunden. Die Grundfunktionen entsprechen der Produktverwaltung.

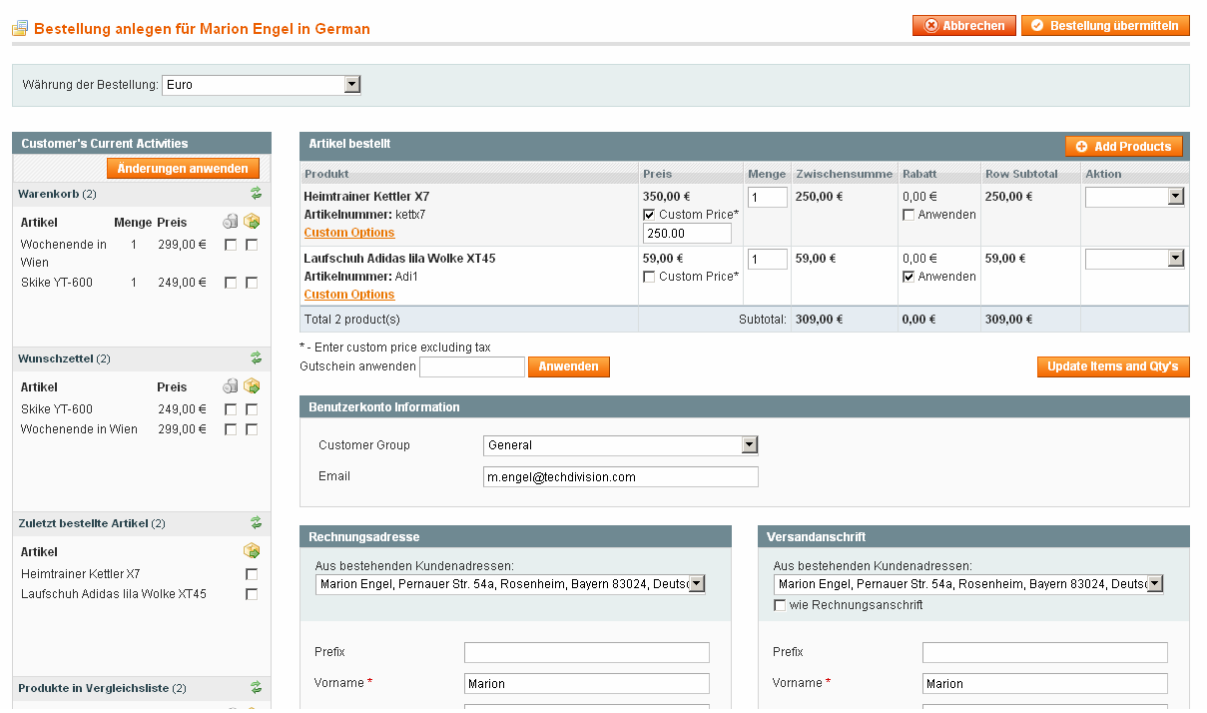


Nach Klick auf eine Zeile oder den Link hinter „Bearbeiten“ gelangt man zu den Details des Kunden mit einer eigenen Unternavigation. Dort zeigt der Menüpunkt „Kundenansicht“ die persönlichen Daten des Kunden, seine Bestellungen, die derzeitigen Inhalte seines Warenkorb und seines Wunschzettels. Von dieser Seite kann der Administrator auch Bestellungen und Nachbestellungen für den Kunden durchführen. Zusätzlich erhält er Einblick in die Aktivitäten des Kunden im Shop und sieht die Produkte, die sich derzeit auf der Vergleichsliste befinden, zuletzt angesehen und zuletzt verglichen wurden.



5.1.1 Nachbestellen

Über den Link „Nachbestellen“ kann der Admin für den Kunden eine frühere Bestellung wiederholen. Alle Daten dieser Bestellung werden angezeigt und können bei Bedarf geändert werden. Der Dialog, in dem dies vorgenommen werden kann, ist in zwei Spalten geteilt. Die linke Spalte enthält von der Bestellung unabhängige Informationen über die Aktivitäten des Kunden im Shop. Die rechte Spalte zeigt die Daten der erneut durchzuführenden Bestellung:



Soll der Kunde den Artikel zu einem anderen Preis erhalten, so muss der Haken im Feld „Custom Price“ gesetzt werden. Danach erscheint ein Feld, in das der gewünschte Preis eingetragen werden kann.
Wenn es Rabattregeln für den Warenkorb gibt, können diese über den Haken im Feld „Anwenden“ aktiviert oder auch ausgeschaltet werden.

Nachdem der Button

gedrückt wurde, wird der neue Preis für die Ermittlung der Zwischensumme herangezogen.
Sollen nicht alle Artikel der ursprünglichen Bestellung erneut bestellt werden, können die nicht mehr gewünschten Artikel gelöscht werden, indem bei

gewählt und erneut der Button

gedrückt wird.
Über

kann die Bestellung um weitere Produkte ergänzt werden. In der Liste aller Simple Products muss zunächst das gewünschte Produkt markiert werden.

Dadurch wird automatisch die Stückzahl 1 eingetragen, die natürlich nach oben korrigiert werden kann.

Mit dem Button

werden alle markierten Artikel zur Bestellung hinzugefügt.

Um dem Admin das Hinzufügen von Produkten zu erleichtern, werden in der linken Spalte die Artikel angezeigt, die der Kunde zuletzt betrachtet, verglichen, bestellt oder in die engere Auswahl gezogen hat. Diese Artikel können dann bei Markierung des Kästchens in der Spalte direkt in die Einkaufsliste verschoben werden.

Über die Kästchen in den Spalten kann der Admin Artikel aus Warenkorb, Wunschzettel und Vergleichsliste löschen.

Die Änderungen werden wirksam, nachdem der Button

gedrückt wurde.

Über kann die Anzeige aktualisiert werden. Sollte der Kunde zur gleichen Zeit im Shop angemeldet und aktiv sein, kann sich der Admin so den letzten Stand holen.

Im unteren rechten Bereich des Dialogs kann nun noch eine andere Versandadresse eingegeben werden. Die Zahlungsweise und der Versandweg müssen immer neu ausgewählt werden.

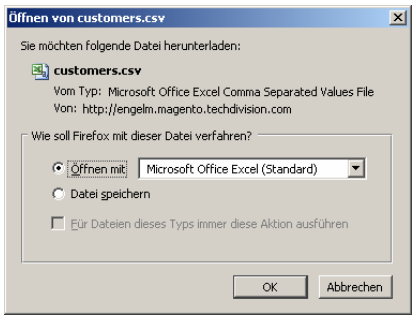
Bevor die Bestellung in der unteren rechten Ecke endgültig abgesendet wird, kann noch festgelegt werden, ob der Kunde eine Bestätigungsmail für die Bestellung erhalten soll.

Diese Seite gehört zum Menü „Verkäufe“. Alle weiteren Seiten wie z.B. die nachfolgend angezeigte Bestätigungsseite werden im Kapitel „Verkäufe“ behandelt.

5.1.2 Export

Oben in der Übersicht „Kunden verwalten“ gibt es die Möglichkeit, Kundendaten zu exportieren:

Die Daten aus der Übersichtsseite können entweder als csv- oder xml-Datei heruntergeladen werden. Nach Auswahl des Dateityps und Klick auf den „Export“-Button erscheint die bekannte Download-Meldung.

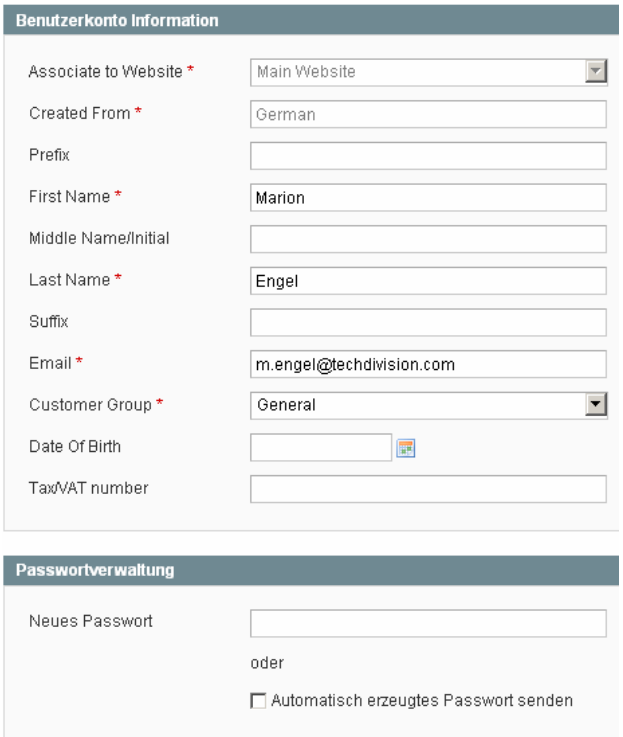


5.1.3 Kunde hinzufügen

Der Admin kann auch einen neuen Kunden anlegen. Über den Button Kunde hinzufügen erreicht man die beiden Pflegedialoge zur Eingabe der Benutzerdaten. Das Menü enthält zunächst nur die ersten beiden Einträge:

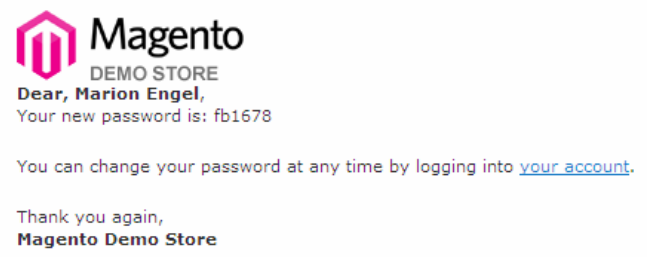
Sind die Kontoinformationen und die Adresse angelegt, wird der Kunde über den Button Kunde speichern gespeichert. Danach erscheinen alle weiteren Menüpunkte. Die zugehörigen Seiten haben natürlich noch keine Inhalte, weil der Kunde noch keine Aktionen im Shop durchgeführt hat.

5.1.4 Benutzerkonto Informationen



Auf dieser Seite können die Daten des Benutzerkontos geändert werden. Sollte der Benutzer sein Passwort vergessen haben, kann er natürlich im Shop ein neues

Passwort zusenden lassen. Er kann sich aber auch an den Admin wenden und ein neues Passwort anfordern. Bei Bedarf kann der Admin auch eigenständig neue Passwörter vergeben. Entweder gibt er dazu selber ein Passwort ein oder er lässt ein solches automatisch generieren. In beiden Fällen erhält der Benutzer das neue Passwort in einer Mail.


Magento
DEMO STORE
Dear, Marion Engel,
Your new password is: fb1678

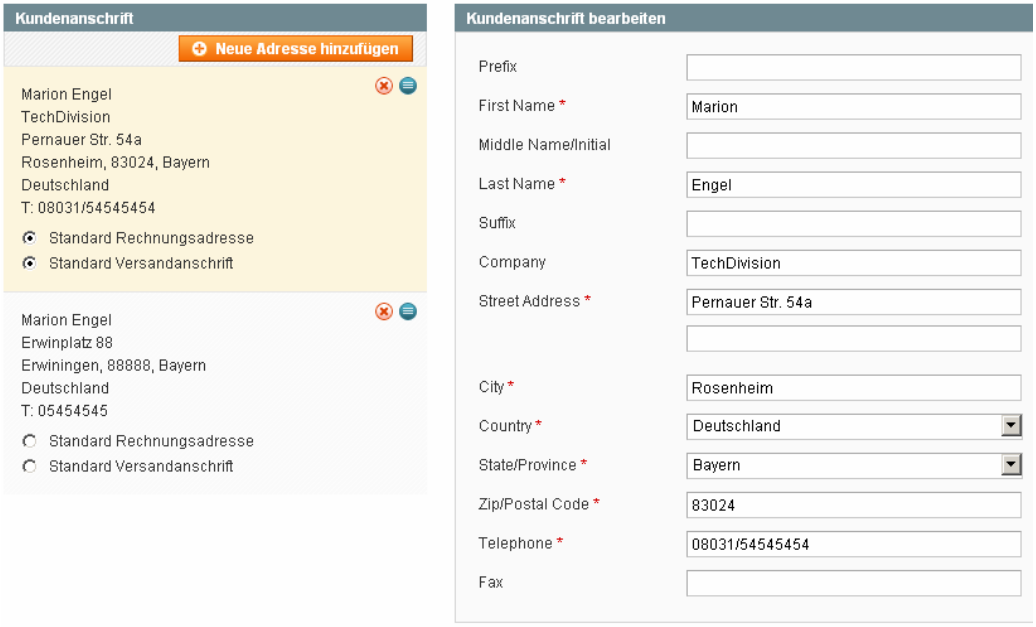
You can change your password at any time by logging into your account.

Thank you again,
Magento Demo Store

Alle Änderungen werden über den Button Kunde speichern dauerhaft gemacht.

5.1.5 Adressen

Unter diesem Menüpunkt werden die Adressen des Kunden bearbeitet.



Über den Button wird die jeweilige Adresse rechts zur Bearbeitung angezeigt. Die Zuweisung als Rechnungsadresse oder Versandanschrift erfolgt links über die Radio-Buttons.

Über ⊗ wird die Adresse gelöscht.

Neue Adresse hinzufügen fügt links ein neues Adressfeld ein und zeigt im rechten Teil der Seite das Formular, in dem nur der Name voreingetragen ist. Dieser Button muss verwendet werden, wenn ein neuer Kunde angelegt wird und wenn ein bestehender Kunde eine weitere Adresse erhalten soll. Es können beliebig viele Adressen angelegt werden. Es kann aber immer nur eine Standard Rechnungsadresse und eine Standard Versandanschrift geben.

Alle Änderungen werden über den Button Kunde speichern dauerhaft gemacht. Wie bei der Produktpflege können jedoch auch Änderungen in mehreren Bereichen gemeinsam gespeichert werden. Zu speichernde Daten werden in der Navigation durch kursive Schrift und das Diskettensymbol dargestellt: *Benutzerkonto Information*

5.1.6 Bestellungen

Unter diesem Menüpunkt wird ebenfalls die Liste aller bisherigen Bestellungen angezeigt. Hier kann nach bestimmten Bestellungen gesucht werden. Über den Link „Nachbestellen“ gelangt man zur Seite „Bestellungen anlegen“, die auch über den Menüpunkt „Kundenansicht“ erreichbar ist.

Marion P. Engel
Zurück
Zurücksetzen
Kunden löschen
Bestellung anlegen
Kunde speichern
Seite 1 von 1 Seiten | Zeige 20 pro Seite | Insgesamt 5 Einträge gefunden
Filter zurücksetzen
Suche
Bestell-Nr.
Einkauf in
Versandt an - Name
Bestellung Gesamtbetrag
Gekauft von
Von:
Bis :
500000006 11.09.2008 17:41:47 Marion Engel 30,00 € Main Website Main Store German Nachbestellen
500000005 11.09.2008 17:32:48 Marion Engel 714,00 € Main Website Main Store German Nachbestellen
500000004 11.09.2008 14:42:43 Marion Engel 419,00 € Main Website Main Store German Nachbestellen

5.1.7 Warenkorb

Unter diesem Menüpunkt wird der Warenkorb des Kunden angezeigt. Dazu werden die bekannten Such- und Filterfunktionen angeboten. Der Admin kann auch Produkte aus den Warenkörben der Kunden löschen.

5.1.8 Wunschzettel

Unter diesem Menüpunkt wird der Wunschzettel des Kunden angezeigt. Dazu werden die bekannten Such- und Filterfunktionen angeboten. Interessant könnte die Filterfunktion nach der Anzahl an Tagen sein, die der Artikel auf dem Wunschzettel gestanden ist. Der Admin kann hier auch Artikel vom Wunschzettel löschen.

5.1.9 Newsletter

Unter diesem Menüpunkt wird gezeigt, ob der Kunde den Newsletter abonniert und welche Newsletter er bisher erhalten hat. Dazu werden die bekannten Such- und Filterfunktionen angeboten.

5.1.10 Kundenmeinungen

Unter diesem Menüpunkt werden die Bewertungen gezeigt, die der Kunde bisher abgegeben hat. Es kann wie üblich gesucht und gefiltert werden. Über den Link in der Spalte „Aktionen“ kann die Bewertung bearbeitet und freigegeben werden.

5.1.11 Schlagworte

Unter diesem Menüpunkt werden die Tags gezeigt, die der Kunde bisher vergeben hat. Die Titelzeilen der ersten beiden Spalten können angeklickt werden, um die Sortierreihenfolge zu ändern. Weitere Funktionen sind hier nicht möglich.

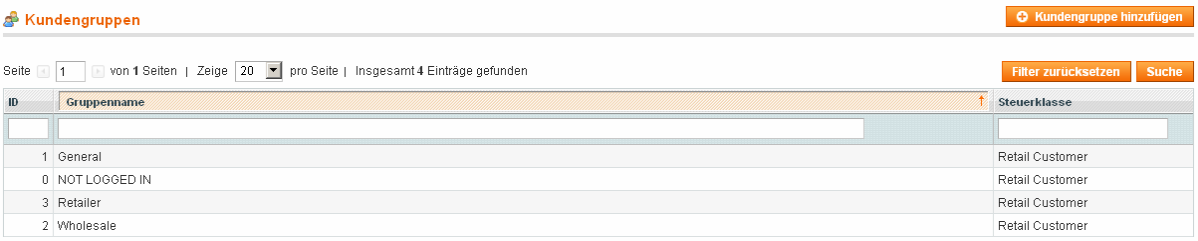
Marion Engel
Zurück
Zurücksetzen
Kunden löschen
Bestellung anlegen
Kunde speichern
Seite 1 von 1 Seiten | Zeige 20 pro Seite | Insgesamt 10 Einträge gefunden
Schlagwort
Status
Produktname
Artikelnummer
Ausdauertraining | Bestätigt | Heimtrainer Kettler X7 | kettx7
Austria | Bestätigt | Wochenende in Wien | WE-Wien
Bergsee | Ausstehend | Achensee-Rundfahrt | TI-AC
Ergometer | Deaktiviert | Heimtrainer Kettler X7 | kettx7
Inline-Skating | Bestätigt | Skike YT-600 | k988
nachhaltig abnehmen | Bestätigt | Heimtrainer Kettler X7 | kettx7
Österreich | Bestätigt | Wochenende in Wien | WE-Wien
Rollschuhe | Bestätigt | Skike YT-600 | k988
Tirol | Ausstehend | Achensee-Rundfahrt | TI-AC
Vienna | Bestätigt | Wochenende in Wien | WE-Wien

Wie in allen Menüs kann der Kunde mit dem Button

komplett gelöscht werden.

5.2 Kundengruppen

Auf der Übersichtsseite des zweiten Punkts des Kundenmenüs erscheint die Übersicht über die Kundengruppen, in der wie in den anderen Übersichten gesucht und gefiltert werden kann.



Nach Klick auf eine der Zeilen wird die Gruppeninformation angezeigt:

Hier können Änderungen vorgenommen und mit Kundengruppe speichern gespeichert werden.
Zum gleichen Dialog gelangt man über Kundengruppe hinzufügen. Dann ist natürlich der Gruppenname leer und muss befüllt werden.
Mit Kundengruppe löschen wird die ausgewählte Kundengruppe nach Bestätigung der Sicherheitsabfrage gelöscht.

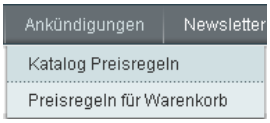
5.3 Kunden online

Der dritte Punkt des Kundenmenüs zeigt alle Kunden an, die derzeit online sind. In der Tabelle kann gesucht und gefiltert werden.

Beim Klick auf eine der Zeilen gelangt man zum Dialog mit den ausführlichen Kundeninformationen.

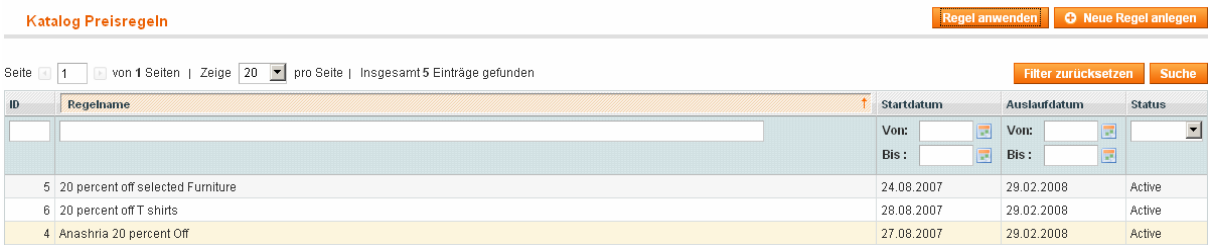
6 Sonderaktionen

Sonderaktionen mit speziellen Preisen können unter dem Navigationspunkt „Ankündigungen“ gepflegt werden.



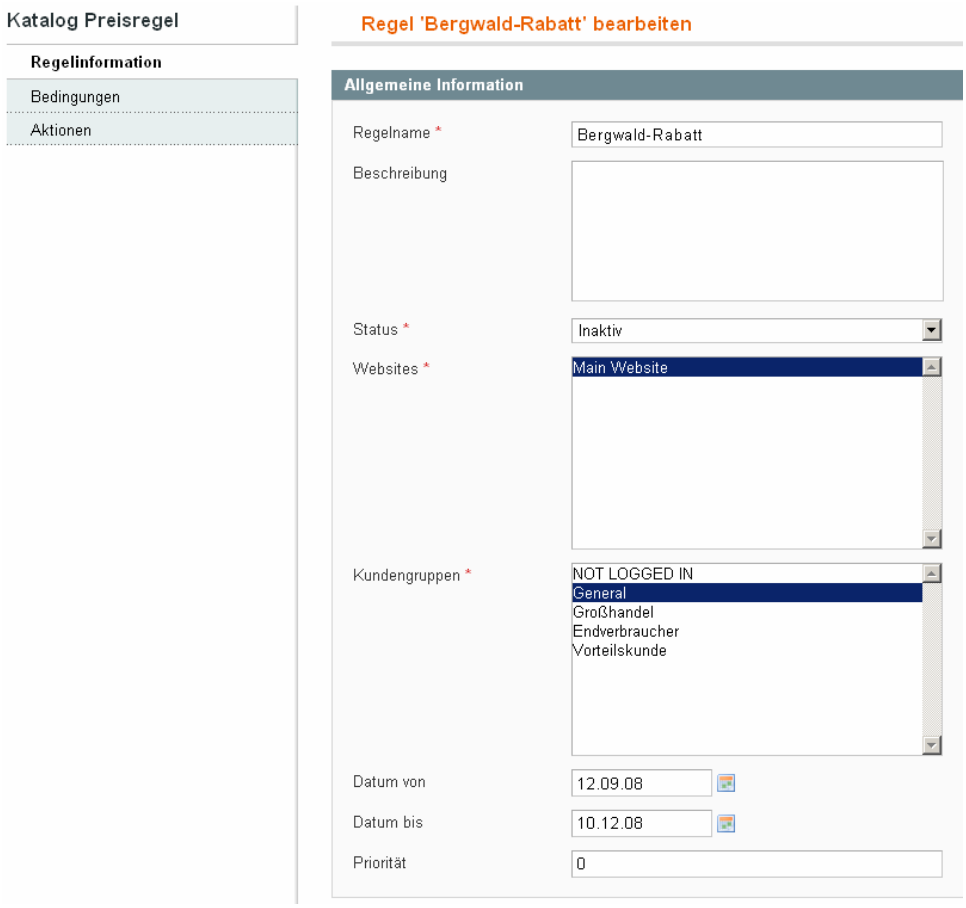
6.1 Katalog Preisregeln

Der erste Unterpunkt der Navigation führt zur Liste der Preisregeln für den Katalog. Die hier definierten Regeln werden also auf alle Produkte des Shops angewendet.



Per Klick auf eine Zeile gelangt man auf die Details der Regel. Die gleichen Dialoge erreicht man über

. Es sind folgende:
Im ersten Untermenü „Regelinformation“ werden die Details der Regel gepflegt:



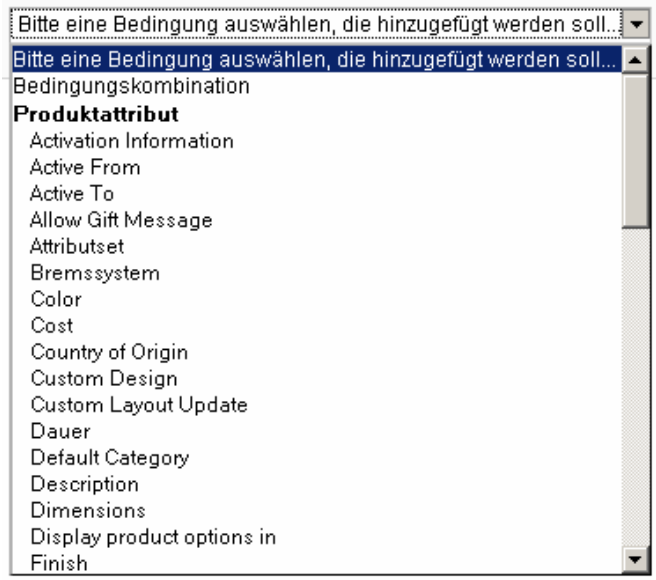
Feldname	Bedeutung
Regelname	Name der Regel, der in der Übersichtsseite erscheint
Beschreibung	Beschreibung für interne Zwecke
Status	steuert, ob die Regel angewendet werden soll oder nicht
Websites	Auswahl der Website/s, für die die Regel gelten soll; Mehrfachauswahl mit gedrückter Shift-Taste
Kundengruppen	Kundengruppen, für die die Regel gelten; Mehrfachauswahl mit gedrückter Shift-Taste
Datum von	erster Gültigkeitstag der Regel
Datum bis	letzter Gültigkeitstag der Regel
Priorität	muss gepflegt werden, wenn es mehrere Preisregeln gibt und mindestens ein Produkt von mehreren Preisregeln betroffen sein kann;

Feldname	Bedeutung
	z.B. • Regel 1: 10 % Rabatt auf alle T-Shirts • Regel 2: 4 % Rabatt auf alle blauen Artikel ➔ für blaue T-Shirts gelten beide Regeln dann muss die Anwendungsreihenfolge festgelegt werden, vor allem bei prozentualen Rabatten, für die unterschiedliche Anwendungsreihenfolgen zu unterschiedlichen Beträgen führen

Der zweite Unterpunkt der Navigation führt zur Definition der Regeln.

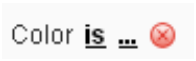
Klickt man auf die Begriffe in Fettschrift, werden diese zu Combo-Boxen, aus denen man den gewünschten Wert auswählen kann.

Über den ⊕-Button erscheint die Liste der Bedingungen:



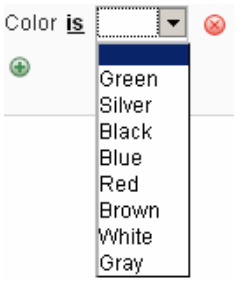
Hier kann entweder eine Bedingungskombination oder eine einfache Bedingung ausgewählt werden.

Einfache Bedingungen werden über die Produktattribute gesteuert. Nach Auswahl des Attributs aus der Liste wird dieses an den Anfang der Bedingung gestellt:

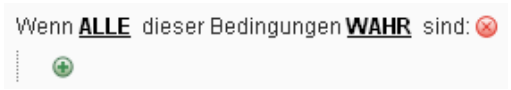


Klickt man auf den unterstrichenen Operator, verwandelt sich auch dieser zu einer Combobox zur Auswahl des gewünschten Werts:

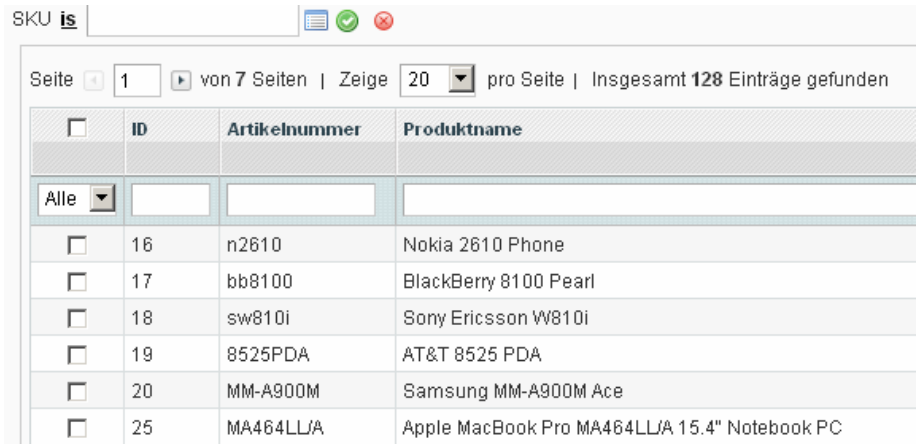
Klickt man nun auf die Punkte für den Rest der Bedingung erscheint eine Combobox mit allen Ausprägungen des Attributs:



Für Bedingungskombinationen muss zunächst die Kombination der nachfolgenden Bedingungen angegeben werden:

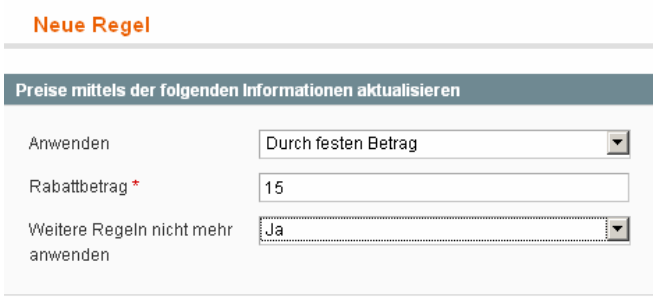


Danach müssen über das grüne +-Zeichen die einzelnen Bedingungen – wie oben beschrieben – angelegt werden.
Wird die Artikelnummer als Attribut ausgewählt, lässt sich über die Liste der Produkte ein- oder ausblenden:


SKU is
Seite 1 von 7 Seiten | Zeige 20 pro Seite | Insgesamt 128 Einträge gefunden
ID
Artikelnummer
Produktname
Alle
16 n2610 Nokia 2610 Phone
17 bb8100 BlackBerry 8100 Pearl
18 sw810i Sony Ericsson W810i
19 8525PDA AT&T 8525 PDA
20 MM-A900M Samsung MM-A900M Ace
25 MA464LL/A Apple MacBook Pro MA464LL/A 15.4" Notebook PC

Ist das gewünschte Produkt nach Filterung gefunden, wird die Artikelnummer mit übernommen.
Das Löschen von Regeln erfolgt über den -Button.

Im dritten Unterpunkt der Navigation muss nun noch festgelegt werden, welche Preisänderung durch die Regel ausgelöst wird.



Feldname	Bedeutung
Anwenden	Auswahl zwischen Prozentsatz und festem Betrag
Rabattbetrag	Eingabe des Rabattbetrags
weitere Regeln nicht mehr anwenden	Mit „Ja“ kann festgelegt werden, dass für Produkte, für die diese Regel angewendet wird, keine weiteren Regeln mehr angewendet werden. Gibt es beispielsweise einen speziellen Rabatt auf dieses Produkt kann es gewünscht sein, dass ein allgemeiner Rabatt auf alle Artikel nicht mehr zum Tragen kommt.

Zum Speichern der Regeln gibt es zwei Möglichkeiten:

Mit Regel speichern wird die Regel nur gespeichert, aber noch nicht angewendet. Die Aktivierung muss dann später noch mal separat in der Regelliste über Regel anwenden vorgenommen werden.

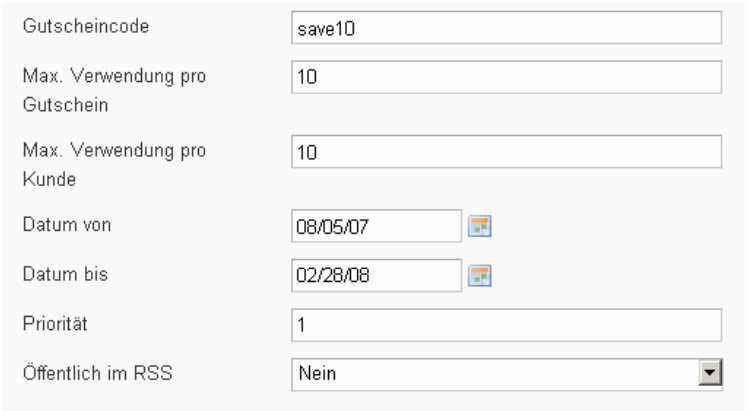
Mit Speichern und anwenden wird die Regel gespeichert und sofort aktiviert. Die Preisänderung ist sofort im Front-End sichtbar.

6.2 Preisregeln für Warenkorb

Der zweite Unterpunkt der Navigation führt zur Liste der Preisregeln für den Warenkorb. Die hier festgelegten Regeln gelten nur für die Produkte, die sich im Warenkorb befinden.

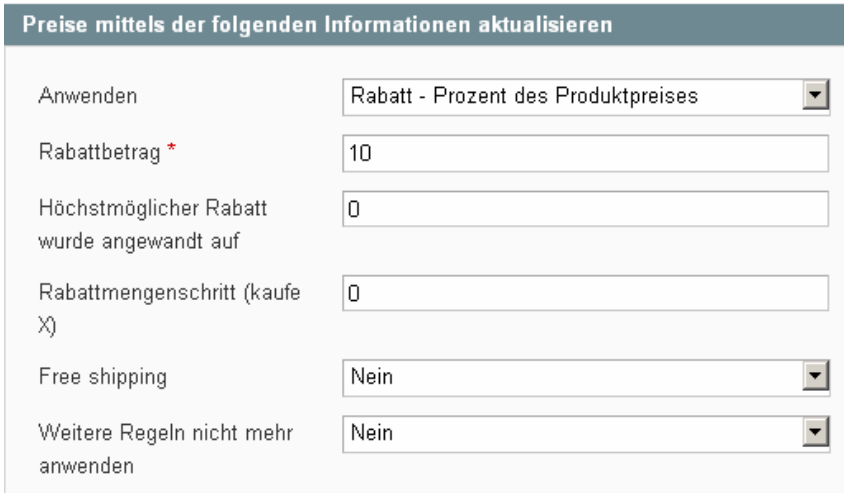
Preisregeln für den Warenkorb werden im Großen und Ganzen genauso angelegt wie Preisregeln für den Katalog. Deshalb werden in diesem Kapitel nur die Abweichungen beschrieben.

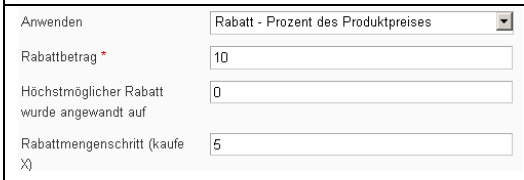
In den Regelinformationen gibt es folgende zusätzliche Felder:

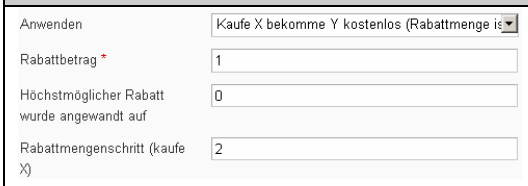
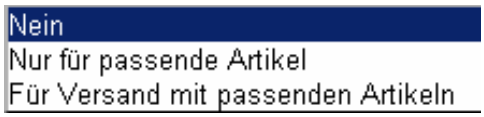


Feldname	Bedeutung
Gutscheincode	wird hier ein Code eingegeben, muss der Kunde den gleichen Code eingeben, um in den Genuss des Rabatts zu kommen
Max. Verwendung pro Gutschein	gibt an, wie oft die Regel verwendet werden darf; gezählt werden alle Fälle, mit und ohne Gutschein; bleibt das Feld leer, wird gibt es keine Höchstgrenze
Max. Verwendung pro Kunde	gibt an, wie oft die Regel für den gleichen Kunden verwendet werden darf; bleibt das Feld leer, wird gibt es keine Höchstgrenze
Öffentlich im RSS	wird hier „ja“ ausgewählt, so werden Abonnenten des zugehörigen RSS-Feeds über die neue Regel informiert; bei „nein“ erfolgt keine Information

Im Navigationspunkt „Aktionen“ gibt es ebenfalls zusätzliche Felder:

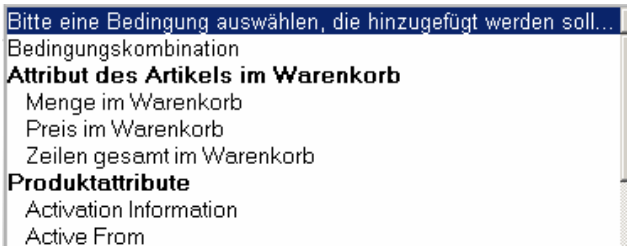


Feldname	Bedeutung
höchstmöglicher Rabatt wurde angewendet auf	für Artikel, die in größeren Stückzahlen bestellt werden, kann eine Stückzahl-Obergrenze für die Rabattgewährung festgelegt werden; wird hier z.B. 4 eingegeben und werden 10 Stück bestellt, so gilt der Rabatt nur für 4 Stück, während 6 Stück zum Normalpreis berechnet werden
Rabattmengenschritt	gilt nur für bestimmte Werte im Feld „Anwenden“; siehe folgende Beispiele
	Wert des Feldes gibt an, für welche Menge der Rabatt gewährt wird; Beispiel: für jedes 5er-Bündel wird der Rabatt vergeben, d.h. Kauf von • 1 - 4 Stück: kein Rabatt • 5 Stück: 10 % auf jedes der 5 Stück • 6 – 9 Stück: 10 % auf 5 Stück, kein Rabatt für die weiteren Stücke • 10 Stück: 10 % auf alle 10 Stück • 11- 14 Stück: 10 % auf 10 Stück, kein Rabatt für die weiteren Stücke

Feldname	Bedeutung
	Wert des Feldes gibt an, wie viel Stück bestellt werden müssen, damit Gratisstücke vergeben werden; Beispiel: „ 2 + 1 gratis“ = wenn 2 Stück bestellt werden, bekommt der Kunde ein weiteres Stück gratis dazu
Free shipping	ermöglicht die Streichung der Versandkosten; der kostenfreie Versand kann auf bestimmte Artikel eingegrenzt werden. 

Wenn die Regeln nur unter bestimmten Bedingungen auf die Artikel im Warenkorb angewendet werden sollen, müssen diese im unteren Bereich der Seite angezeigt werden.

Die Liste enthält neben den Produktattributen auch noch Attribute des Artikels im Warenkorb, für die mit einer Vielzahl an Operatoren Bedingungen aufgestellt werden können.



7 Reporte

Neben den Zusammenfassungen auf der Übersichtsseite bietet Magento eine Vielzahl an Reporten an. Sie sind im Menüpunkt „Reporte“ auf zwei Ebenen enthalten.

7.1 Verkäufe

Der Menüpunkt „Verkäufe“ bietet Statistiken rund um die Verkäufe des Shops.

Alle Reports weisen die gleiche Struktur auf:

Verkaufsreport
Zeige Report für: Alle Websites
Von: 10.09.08 Bis: 12.09.08 Zeige nach: Tag Aktualisieren
Export als: CSV Export
Zeitraum | Anzahl der Bestellungen | Artikel bestellt | Zwischensumme | Steuer | Versand | Rabatte | Gesamt | In Rechnung gestellt | Erstattet
10.09.2008 Keine Einträge für diesen Zeitraum gefunden.
11.09.2008 3 11 1.108,00 € 0,00 € 55,00 € 0,00 € 1.163,00 € 0,00 € 0,00 €
12.09.2008 1 2 319,98 € 0,00 € 10,00 € 0,00 € 329,98 € 0,00 € 0,00 €
Gesamtbetrag 4 13 1.427,98 € 0,00 € 65,00 € 0,00 € 1.492,98 € 0,00 € 0,00 €

In der ersten Zeile ist der Betrachtungsbereich von einzelnen Store Views über einzelne Websites bis hin zu allen Websites möglich.
Für jeden Report muss ein Betrachtungszeitraum ausgewählt werden. Als Aggregationszeitraum sind Tag, Monat oder Jahr möglich. Der jeweilige Bericht kann als csv- oder xls-Datei exportiert werden.

Report	Beschreibung
Verkäufe	
Verkaufsreport	zeigt die Anzahl der Bestellungen mit der Summe der Produktpreise, Versandkosten, Steuern und Rabatte
Steuer	zeigt die Steuer als Betrag und Prozentsatz und die Anzahl

Report	Beschreibung
	der besteuerten Bestellungen
Versand	zeigt die Versender und Gesamtversandkosten mit der Anzahl an Bestellungen
in Rechnung gestellter Gesamtbetrag	zeigt die verschiedenen Gesamtbeträge, die in Rechnung gestellt, berechnet, erfasst und berechnet und nicht erfasst wurden
Gesamterstattung	zeigt die on- und offline erstatteten Beträge
Gutscheine	zeigt an, wie oft ein Gutscheincode verwendet wurde und welche Rabatt- und Gesamtbeträge dabei angefallen sind

7.2 Warenkorb

Hier werden Statistiken über die Inhalte von Warenkörben angezeigt. Produkte in Warenkörben zeigt alle Produkte, die sich aktuell in Warenkörben befinden und bestellt worden sind. Dabei werden die Warenkörbe gezählt, nicht die Produkte. Liegen beispielsweise 3 Exemplare des Produkts in einem Warenkorb, wird hier nur eine 1 addiert. Werden die Produkte wieder aus dem Warenkorb gelöscht oder aber gekauft, wird auch 1 wieder gelöscht.
Einschränkungen des Zeitraums sind hier nicht möglich, dafür aber die Sortierung der einzelnen Spalten

Produkte in Warenkörben
Seite 1 von 3 Seiten | Zeige 20 pro Seite | Insgesamt 45 Einträge gefunden
Export als: CSV
Export
ID
Produktname
Preis
Warenkörbe
Bestellungen
16 Nokia 2610 Phone 149,99 € 2 0
17 BlackBerry 8100 Pearl 349,99 € 2 0
18 Sony Ericsson W810i 399,99 € 1 0
19 AT&T 8525 PDA 199,99 € 1 0

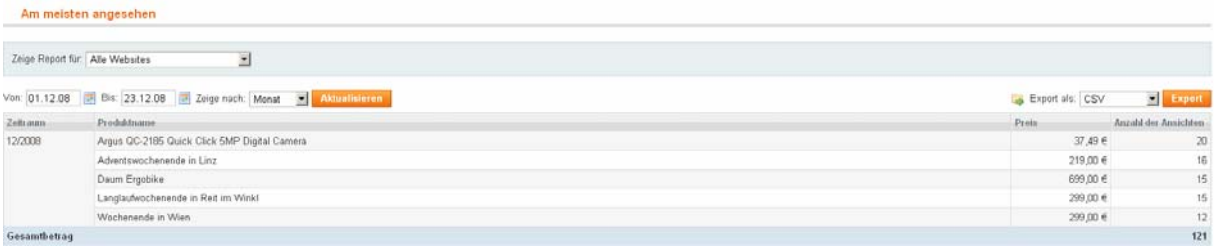
Der Menüpunkt „nicht bestellte Warenkörbe“ zeigt eine Liste der Kunden, die derzeit Produkte im Warenkorb liegen haben.

Sollte die Liste länger sein, kann auch nach einzelnen Kunden gesucht oder an Hand weiterer Kriterien gefiltert werden.

7.3 Produkte

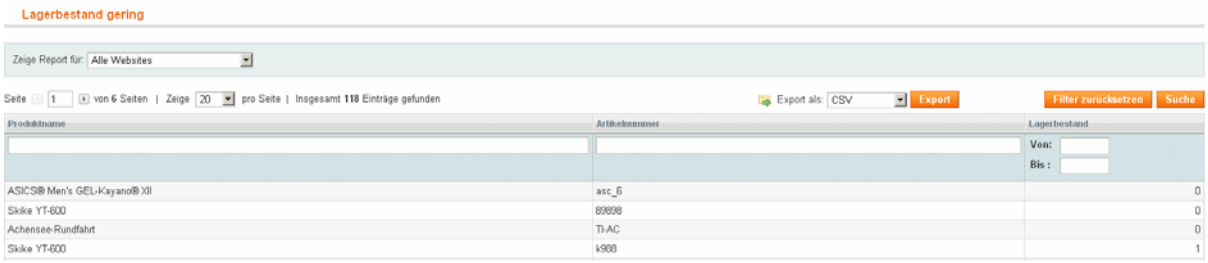
Dieser Menüpunkt enthält Statistiken über einige Aspekte von Produkten.
Das Untermenü „Bestseller“ zeigt die Bestseller mit Preis und Bestellmenge.

Nach Auswahl eines Zeitraums muss erst der Button „Aktualisieren“ gedrückt werden, bis die Datensätze angezeigt werden.
Das Untermenü „Am meisten angesehen“ zeigt für den gewünschten Zeitraum die 5 am häufigsten angesehenen Produkte mit Preis und Anzahl der Ansichten.

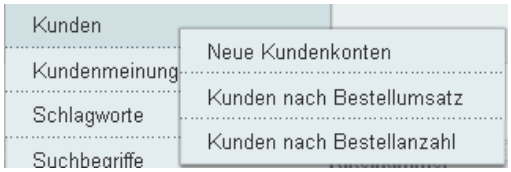

Am meisten angesehen
Zeige Report für: Alle Websites
Von: 01.12.08 Bis: 23.12.08 Zeige nach: Monat Aktualisieren
Export als: CSV Export
Zeitraum
Produktname
Preis
Anzahl der Ansichten
12/2008
Argus QC-2185 Quick Click 5MP Digital Camera 37,49 € 20
Adventswochenende in Linz 219,00 € 16
Daum Ergobike 699,00 € 15
Langlaufwochenende in Reit im Winkl 299,00 € 15
Wochenende in Wien 299,00 € 12
Gesamtbetrag 121

Das Untermenü „Lagerbestand gering“ zeigt alle Produkte mit ihrem Lagerbestand. Sie sind nach Lagerbestand aufsteigend sortiert, so dass die Produkte mit dem geringsten Lagerbestand an erster Stelle stehen.

Es kann auch nach Produktnamen, Artikelnummern und Lagerbeständen gesucht werden.



7.4 Kunden

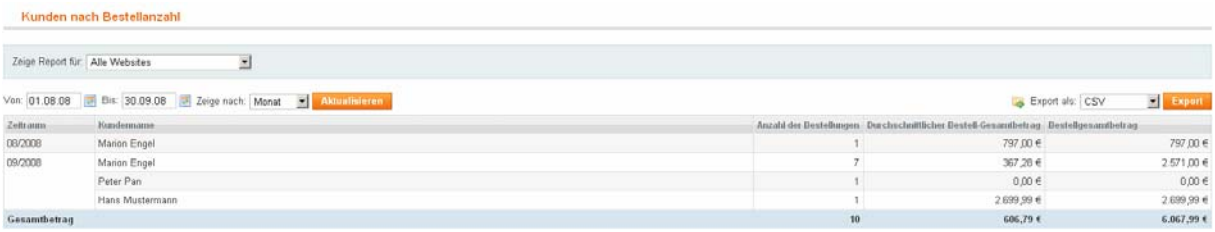


Dieser Menüpunkt bietet zusammengefasste Informationen über Kunden und ihre Aktivitäten im Shop.

Unter „Neue Kundenkonten“ wird angezeigt, wie viele neue Kundenkonten im gewählten Zeitraum eröffnet wurden.

Die Option „Kunden nach Bestellumsatz“ zeigt die Anzahl der Bestellungen pro Kunde, den durchschnittlichen Bestell-Gesamtbetrag und Bestellgesamtbetrag, absteigend sortiert nach der Höhe des Umsatzes.

Die Option „Kunden nach Bestellanzahl“ zeigt die Anzahl der Bestellungen pro Kunde, den durchschnittlichen Bestell-Gesamtbetrag und Bestellgesamtbetrag, absteigend sortiert nach der Anzahl an Bestellungen.


Kunden nach Bestellanzahl
Zeige Report für: Alle Websites
Von: 01.08.08 Bis: 30.09.08 Zeige nach: Monat Aktualisieren
Export als: CSV Export
Zeitraum | Kundenname | Anzahl der Bestellungen | Durchschnittlicher Bestell-Gesamtbetrag | Bestellgesamtbetrag
08/2008 | Marion Engel | 1 | 797,00 € | 797,00 €
09/2008 | Marion Engel | 7 | 367,28 € | 2.571,00 €
Peter Pan | 1 | 0,00 € | 0,00 €
Hans Mustermann | 1 | 2.699,99 € | 2.699,99 €
Gesamtbetrag | 10 | 606,79 € | 6.067,99 €

7.5 Kundenmeinungen

Unter diesem Menüpunkt gibt es verschiedene Auswertungen zu den Kundenbewertungen. Unter „Kundenmeinungen“ werden die Bewertungen registrierter Kunden gezeigt.

Kundenmeinungen
Seite 1 von 1 Seiten | Zeige 20 pro Seite | Insgesamt 1 Einträge gefunden
Export als: CSV Export
Kundenname | Anzahl der Kundenmeinungen | Action
Marion Engel | 3 | Show reviews

Die Meinungen eines Kunden sind zusammengefasst, können aber über den Link in der letzten Spalte im Detail aufgerufen werden.
Unter „Kundenbewertungen“ werden die Kundenmeinungen auf Produktebene dargestellt. So kann auch eine durchschnittliche Bewertung für ein Produkt ermittelt werden. In der Spalte „Avg. rating“ werden die Werte aller Bewertungen berücksichtig. In der Spalte „Avg. approved rating“ werden nur die Bewertungen von freigegebenen Bewertungen berücksichtigt. Dies ist an der letzten Zeile in der folgenden Abbildung erkennbar. Die Bewertung mit 100 Punkten ist zwar eingegangen, aber noch nicht freigegeben.

Kundenmeinungen
Seite 1 von 1 Seiten | Zeige 20 pro Seite | Insgesamt 5 Einträge gefunden
Export als: CSV Export
ID | Produktname | Anzahl der Kundenmeinungen | Avg. rating | Avg. approved rating | Letzte Kundenmeinung | Action
138 | Polar SK 200 | 2 | 66.6667 | 66.6667 | 11.12.2008 10:21:47 | Show reviews
172 | Adventswochenende in Linz | 2 | 90.0000 | 90.0000 | 11.12.2008 10:23:48 | Show reviews
139 | Skike YT-600 | 1 | 66.6667 | 66.6667 | 25.04.2008 18:24:08 | Show reviews
154 | Wochenende in Wien | 1 | 86.6667 | 86.6667 | 06.08.2008 09:54:44 | Show reviews
159 | Bergwald-Shirt | 1 | 100.0000 | 0.0000 | 23.12.2008 13:43:57 | Show reviews

Für jedes Produkt können die Bewertungen über den Link in der letzten Spalte eingesehen und bearbeitet werden.

7.6 Schlagworte

Das Menü „Schlagworte“ gibt einen Überblick über die Tags, die von Kunden eingegeben wurden.

Das Untermenü „Kunden“ zeigt die Liste der Kunden, die Tags vergeben haben mit der Anzahl an Schlagworten und einem Link auf die Schlagworte.

Kundenschlagworte
Seite 1 von 1 Seiten | Zeige 20 pro Seite | Insgesamt 2 Einträge gefunden
Export als: CSV
Export
ID Vorname Nachname Gesamtanzahl Schlagworte Aktion
2 Marion Engel 7 Show Tags
3 Peter Pan 2 Show Tags

Das Untermenü „Products“ zeigt die Liste aller Produkte, zu denen Schlagworte angelegt worden sind. Dazu wird die Anzahl der einmaligen und Gesamtzahl der Schlagworte angegeben. Über den Link in der Spalte „Aktion“ gelangt man auf die Liste der Schlagworte.

Produktschlagworte
Seite 1 von 1 Seiten | Zeige 20 pro Seite | Insgesamt 5 Einträge gefunden
Export als: CSV
Export
ID Produktname Anzahl der einmaligen Schlagworte Gesamtanzahl der Schlagworte Aktion
138 Polar SK 200 1 1 Show Tags
139 Skike YT-600 2 2 Show Tags
140 Heimtrainer Kettler X7 2 2 Show Tags
142 Daum Ergobike 1 1 Show Tags
154 Wochenende in Wien 3 3 Show Tags

Unter dem Menüpunkt „Beliebteste“ werden alle verwendeten Schlagworte angezeigt. Die Sortierung erfolgt absteigend aufgrund der Häufigkeit, mit der das Schlagwort verwendet wird.

Beliebte Schlagworte
Zeige Report für: Alle Websites
Seite 1 von 1 Seiten | Zeige 20 pro Seite | Insgesamt 8 Einträge gefunden
Export als: CSV
Export
Schlagwortname Beliebtheit Anzahl der Verwendungen Anzahl bisheriger Verwendungen Aktion
ausdauertraining 4 4 4 Show Details
nachhaltig abnehmen 1 1 1 Show Details
Rollschuhe 1 1 1 Show Details
Inline-Skating 1 1 1 Show Details

Über den Link in der Spalte „Aktion“ kann eingesehen werden, welche Benutzer das Schlagwort für welche Produkte vorgeschlagen haben.

7.7 Suchbegriffe

Dieser Menüpunkt bietet nur eine Möglichkeit, nämlich die Liste der Suchbegriffe mit Anzahl an Suchergebnissen und Suchläufen, die mit diesem Begriff durchgeführt wurden.

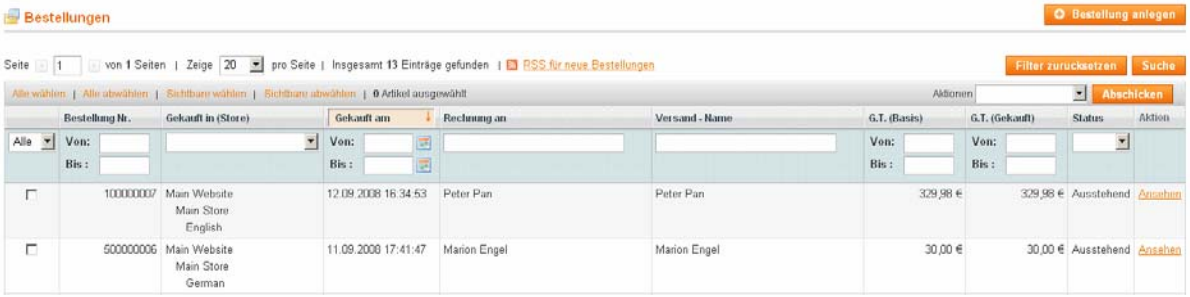
Als Filter können die Anzahl an Ergebnissen und an Suchläufen verwendet werden.

8 Verkäufe

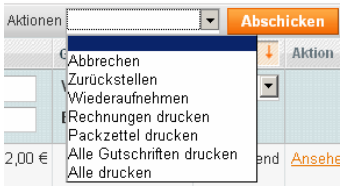
Unter diesem Navigationspunkt werden alle Schritte rund um die Bestellung und im Nachgang dazu abgewickelt. Es gibt folgende Untermenüs:

8.1 Bestellungen

Über den ersten Unterpunkt des Verkäufe-Menüs gelangt man zur Liste aller Bestellungen. Die Übersicht enthält alle Bestellungen. Sie können sortiert und gefiltert werden. Auch die Suche nach einer bestimmten Bestellung ist möglich.



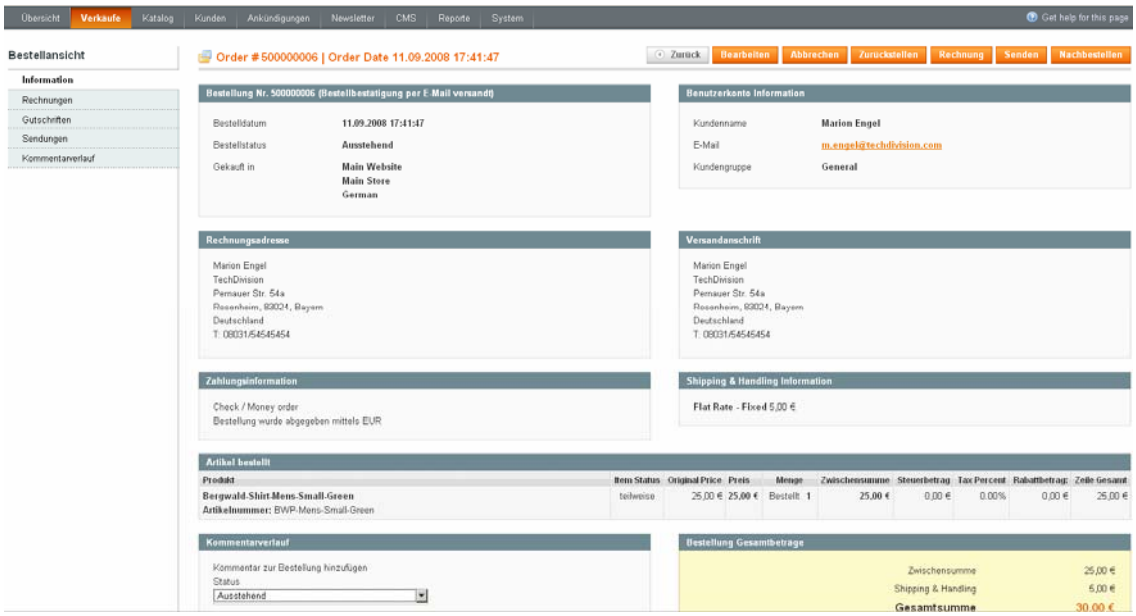
Über das Aktionsfeld ist eine gebündelte Verarbeitung mehrerer Bestellungen möglich. Folgende Aktionen stehen zur Verfügung:



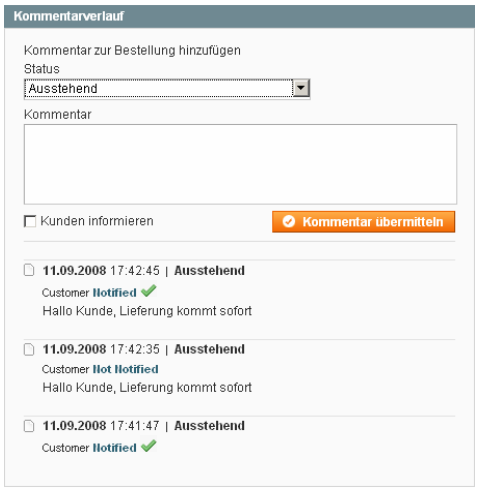
Aktion	Beschreibung
Abbrechen	storniert die Bestellung; Ein Storno ist endgültig und kann nicht mehr rückgängig gemacht werden.
Zurückstellen	friert die Bestellung vorübergehend ein und setzt den Status auf „on hold“;
Wiederaufnehmen	reaktiviert eine Bestellung mit dem Status „on hold“
Rechnung drucken	öffnet ein pdf-Dokument mit der Rechnung; Voraussetzung ist, dass bereits eine Rechnung für die Bestellung erstellt wurde
Packzettel drucken	druckt den Packzettel; Voraussetzung ist , dass die Bestellung zum Versand freigegeben wurde
Alle Gutschriften drucken	erzeugt eine pdf-Datei mit allen Gutschriften
Alle drucken	erstellt eine pdf-Datei mit allen Rechnungen und Gutschriften

Für die Aktionen werden natürlich nur die Bestellungen berücksichtigt, die vorher in der ersten Spalte markiert worden sind.

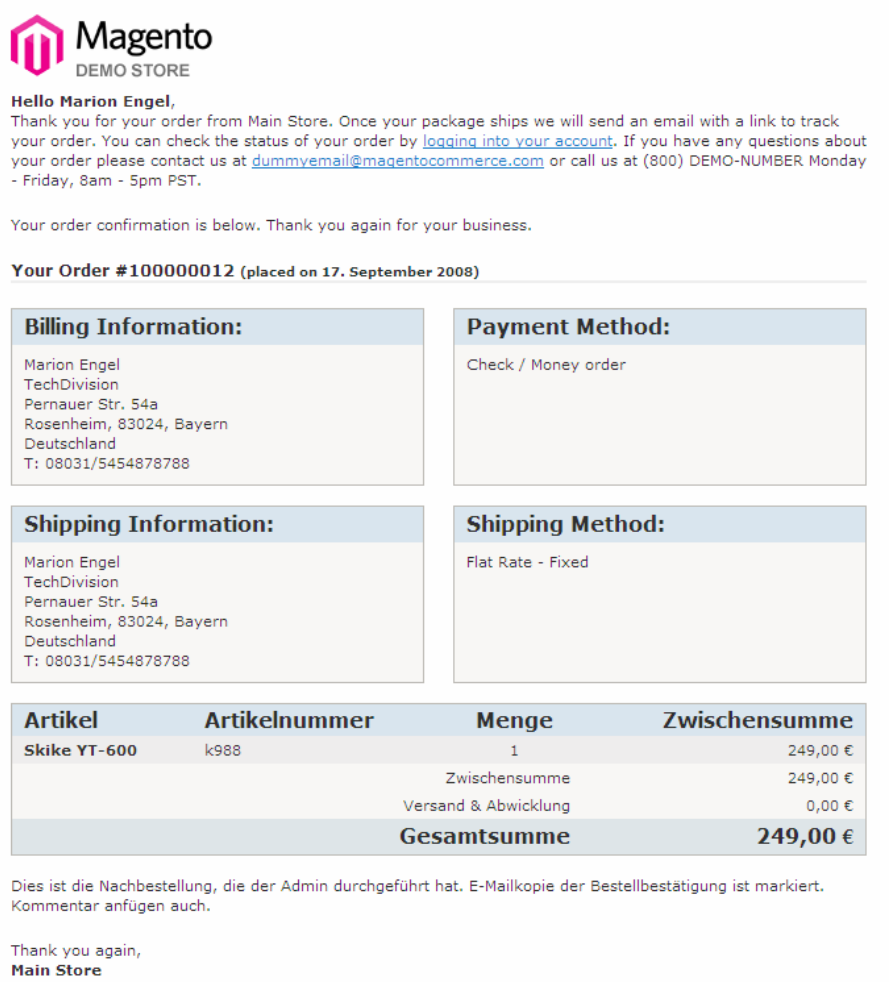
Über die letzte Spalte und den Link „Ansehen“ gelangt man zu den Details der Bestellung:



Die Inhalte des Dialogs können nur betrachtet werden. Die Mailadresse ist mit einem Link hinterlegt und öffnet ein leeres Mailformular. Unten links können Kommentare zur Bestellung angelegt werden.



Wurde das Kästchen „Kunden informieren“ markiert, wird der Kommentar in die Mail eingefügt, die dem Kunden gesendet wird.



Magento
DEMO STORE

Hello Marion Engel,
Thank you for your order from Main Store. Once your package ships we will send an email with a link to track your order. You can check the status of your order by logging into your account. If you have any questions about your order please contact us at dummyemail@magentocommerce.com or call us at (800) DEMO-NUMBER Monday - Friday, 8am - 5pm PST.

Your order confirmation is below. Thank you again for your business.

Your Order #100000012 (placed on 17. September 2008)

Billing Information:
Marion Engel
TechDivision
Pernauer Str. 54a
Rosenheim, 83024, Bayern
Deutschland
T: 08031/5454878788

Payment Method:
Check / Money order

Shipping Information:
Marion Engel
TechDivision
Pernauer Str. 54a
Rosenheim, 83024, Bayern
Deutschland
T: 08031/5454878788

Shipping Method:
Flat Rate - Fixed

Artikel	Artikelnummer	Menge	Zwischensumme
Skike YT-600	k988	1	249,00 €
		Zwischensumme	249,00 €
		Versand & Abwicklung	0,00 €
		Gesamtsumme	**249,00 €**

Dies ist die Nachbestellung, die der Admin durchgeführt hat. E-Mailkopie der Bestellbestätigung ist markiert. Kommentar anfügen auch.

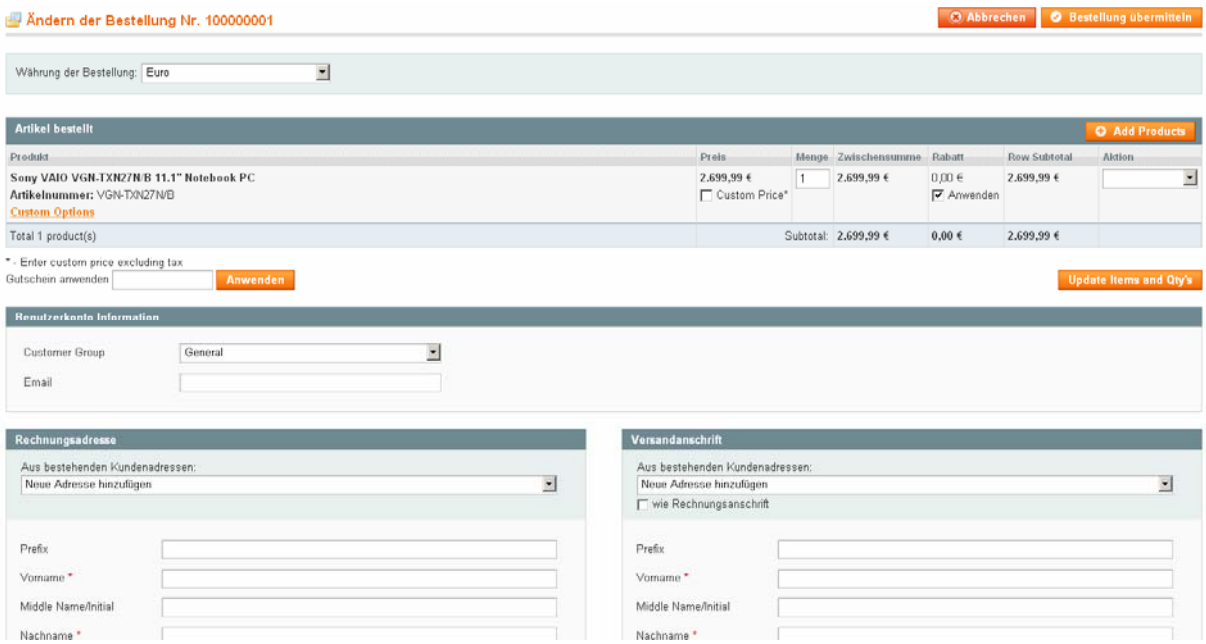
Thank you again,
Main Store

Die Bestellung (sofern sie nicht storniert ist) kann aber über die Buttons in der oberen Zeile bearbeitet werden.

Button	Beschreibung
Bearbeiten	storniert die vorliegende Bestellung und legt eine neue Bestellung mit den gleichen Artikeln an
Abbrechen	storniert die Bestellung; Ein Storno ist endgültig und kann nicht mehr rückgängig gemacht werden.
zurückstellen	friert die Bestellung vorübergehend ein und setzt den Status auf „on hold“; blendet alle anderen Buttons aus und zeigt dafür den Button „Wiederaufnehmen“ an

Button	Beschreibung
Wiederaufnehmen	reaktiviert eine Bestellung mit dem Status „on hold“
Rechnung	öffnet den Detaildialog zur Erstellung der Rechnung: Die Rechnungsnummer wird automatisch vergeben. Es ist möglich, die bestellte Menge zu korrigieren und eine Teilrechnung zu erzeugen.
Senden	startet den Versand der bestellten Artikel
Nachbestellen	erlaubt die erneute Bestellung der gleichen Artikel

Nach Drücken des Buttons „Bearbeiten“ können die Details der neu angelegten Bestellung in folgendem Dialog gepflegt werden:



Die bestellten Produkte sind voreingetragen und können um weitere Artikel ergänzt werden. Adress-, Zahlungs- und Versanddetails müssen neu ausgewählt werden. Sowohl die stornierte als auch die neue Bestellung sind dann in der Übersicht enthalten:

Die Stamm-Bestellnummer ist gleich. Für die neue Bestellung wird ein Suffix „-1“ an die nun gemeinsame Bestellnummer angehängt. Neue und alte Bestellung sind in der Detailseite auch miteinander verlinkt.

Über das Menü „Bestellansicht“ können alle Details der Bestellung in Listen und mit den Detaildaten eingesehen werden.

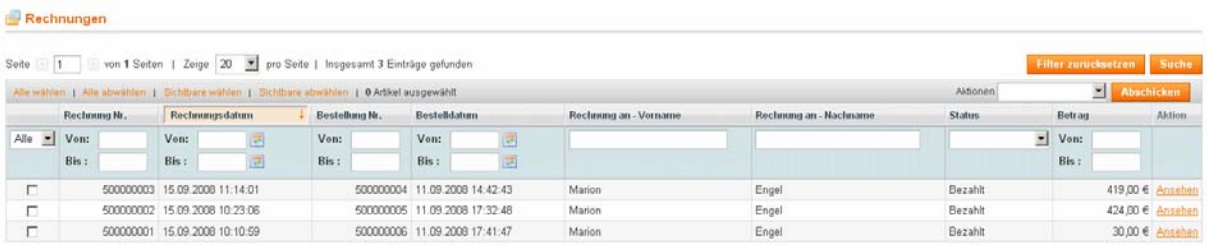
8.1.1 Nachbestellungen

Von den Bestelldetails kann man über den Button „Nachbestellen“ eine neue Bestellung erzeugen, die der früheren Bestellung gleicht oder zumindest ähnelt.

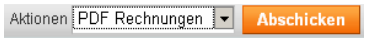
Weitere Details zur Nachbestellung sind im Kapitel zum Kundenmenü enthalten.

8.2 Rechnungen

Zur Übersicht über alle Rechnungen gelangt man über den zweiten Unterpunkt der Navigation. Wie in allen Listen kann hier sortiert, gesucht und gefiltert werden.



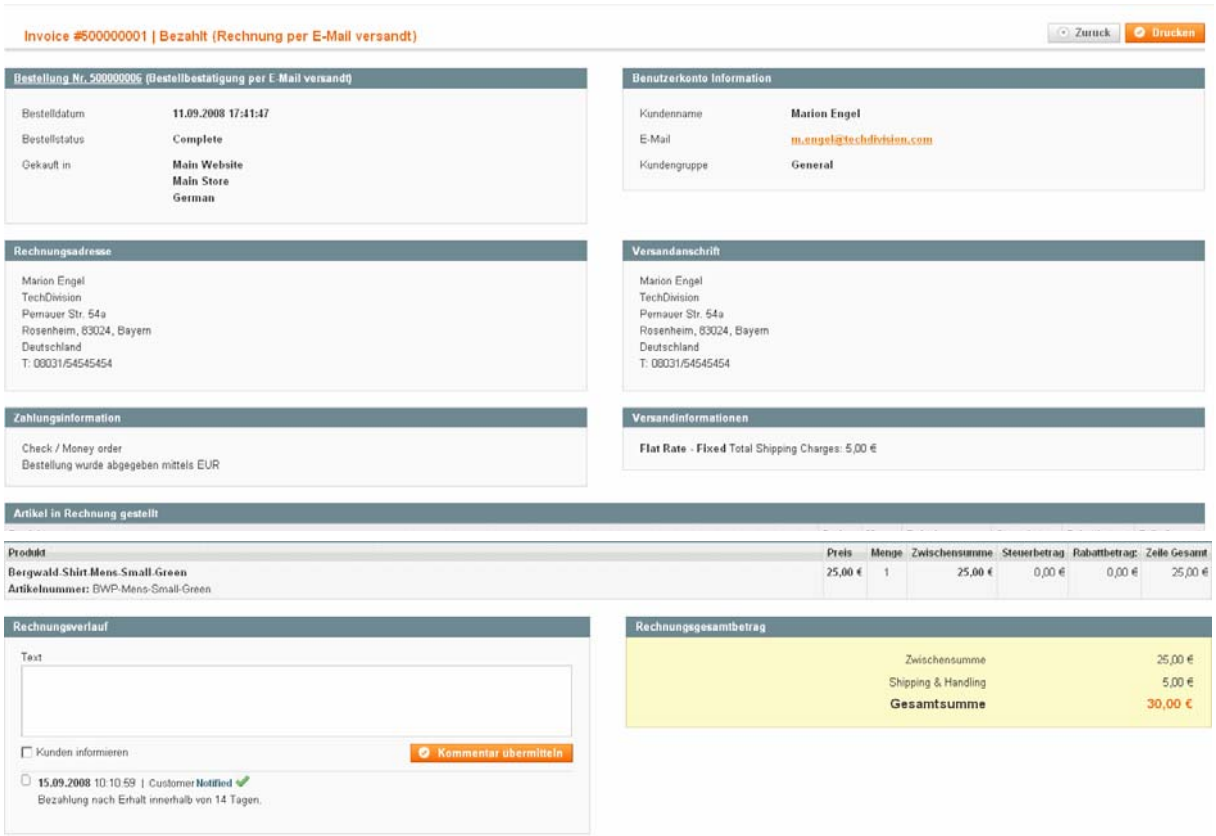
Über das Feld „Aktionen“ und den Button „Abschicken“ kann ein pdf-Dokument angefordert werden, dass alle in der Liste markierten Rechnungen enthält.



Über den Link „Ansehen“ in der Spalte „Aktion“ gelangt man zu den Details einer Rechnung. Hier kann lediglich ein Kommentar eingefügt oder ein Mailfenster geöffnet werden.

Über

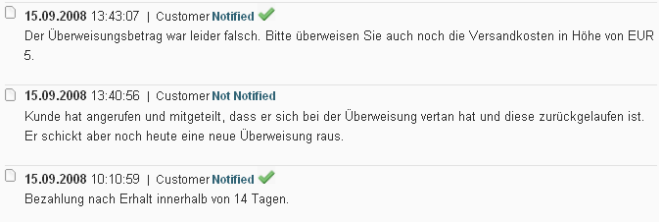
wird die Rechnung als pdf-Datei erzeugt.



Soll nur ein interner Kommentar eingetragen werden, dann muss das Kästchen „Kunden informieren“ leer bleiben. Nach Eintrag des Texts wird einfach der Button

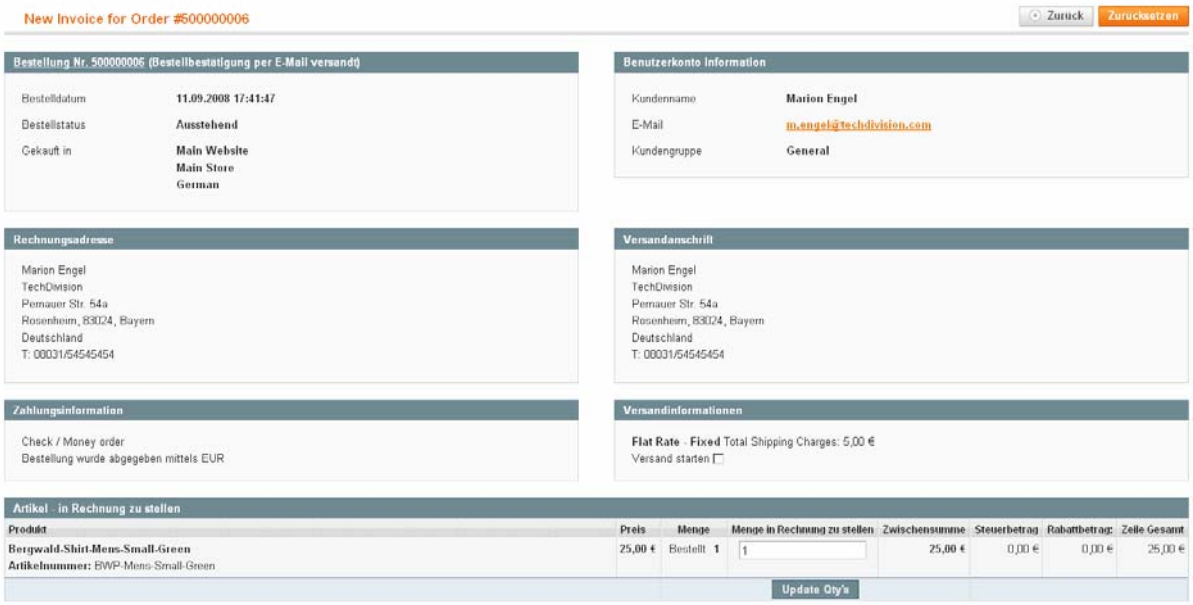
„Kommentar übermitteln“ gedrückt. In der Liste der Kommentare erscheint dieser mit dem Hinweis „Customer Not Notified“.
Soll der Kunde eine Mail erhalten, muss der Haken bei „Kunde informieren“ gesetzt werden. In der Liste der Kommentare erscheint dieser mit dem Hinweis „Customer Notified“ und dem grünen Haken.

Rechnungsverlauf
Text
Kunde hat angerufen und mitgeteilt, dass er sich bei der Überweisung vertan hat und diese zurückgelaufen ist. Er schickt aber noch heute eine neue Überweisung raus.
Kunden informieren
Kommentar übermitteln
15.09.2008 10:10:59 | Customer Notified
Bezahlung nach Erhalt innerhalb von 14 Tagen.


15.09.2008 13:43:07 | Customer Notified
Der Überweisungsbetrag war leider falsch. Bitte überweisen Sie auch noch die Versandkosten in Höhe von EUR 5.
15.09.2008 13:40:56 | Customer Not Notified
Kunde hat angerufen und mitgeteilt, dass er sich bei der Überweisung vertan hat und diese zurückgelaufen ist. Er schickt aber noch heute eine neue Überweisung raus.
15.09.2008 10:10:59 | Customer Notified
Bezahlung nach Erhalt innerhalb von 14 Tagen.

8.2.1 Rechnung erstellen

Um eine Rechnung zu erstellen, muss zunächst die zugehörige Bestellung aus der Bestellübersicht geöffnet werden. Über den Button „Rechnung“ gelangt man zu den Details der neuen Rechnung:



Wenn die Rechnung mit einer Offline-Zahlungsmethode erstellt wird und die Lieferung nicht alle bestellten Artikel enthält, kann die in Rechnung zu stellende Menge von der bestellten Menge abweichen. Die in Rechnung zu stellende Menge darf die bestellte Menge nicht überschreiten. Soll ein Artikel, von dem 1 Stück bestellt wurde, nicht berechnet werden, muss die Menge auf 0 gesetzt werden. Nach einer Änderung in einem der Mengenfelder wird der Button Update Qty's orange. Wird er gedrückt, werden die Änderungen gespeichert. Danach wird er wieder grau: Update Qty's.

Nach Erstellung der Rechnung wird angezeigt, welche Menge bestellt und welche in Rechnung gestellt wurde.

Im gelben Bereich unterhalb der Gesamtsumme kann festgelegt werden, ob die Rechnung per Mail verschickt werden soll. Wenn die Option „E-Mailkopie der Rechnung“ ausgewählt wurde, ist es auch möglich, diese Mail um Kommentare zu ergänzen. Es muss dann das Kästchen „Kommentar anfügen“ markiert und der Kommentar in das Feld auf der linken Seite eingetragen werden. Mit Rechnung übermitteln wird die Rechnung gespeichert und – je nach Auswahl – an den Kunden gesendet.

8.2.2 Teilrechnungen

Wurde zu einer Bestellung nur eine Rechnung über einen Teil der Lieferung erstellt, so ist dies in den Bestelldetails sichtbar:

Artikel bestellt

Produkt	Item Status	Original Price	Preis	Menge	Zwischensumme	Steuerbetrag	Tax Percent	Rabattbetrag:	Zeile Gesamt
Heimtrainer Kettler X7 **Artikelnummer:** kettx7	teilweise	350,00 €	**250,00 €**	Bestellt 1	**250,00 €**	0,00 €	0.00%	0,00 €	250,00 €
Polar SK 200 **Artikelnummer:** P90909	teilweise	199,00 €	**199,00 €**	Bestellt 1 In Rechnung gestellt 1	**199,00 €**	0,00 €	0.00%	0,00 €	199,00 €
Bergwald-Shirt-Mens-Small-Green **Artikelnummer:** BWP-Mens-Small-Green	teilweise	25,00 €	**25,00 €**	Bestellt 1 In Rechnung gestellt 1	**25,00 €**	0,00 €	0.00%	0,00 €	25,00 €
Maus Logitech **Artikelnummer:** ma-lo	teilweise	40,00 €	**40,00 €**	Bestellt 5 In Rechnung gestellt 4	**200,00 €**	0,00 €	0.00%	0,00 €	200,00 €

Drückt man dort den Button „Rechnung“, werden nur noch die noch nicht berechneten Artikel angeboten.

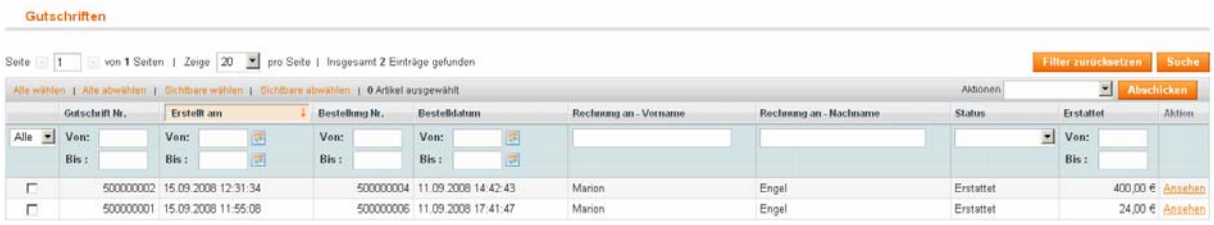
Artikel - in Rechnung zu stellen

Produkt	Preis	Menge	Menge in Rechnung zu stellen	Zwischensumme	Steuerbetrag	Rabattbetrag:	Zeile Gesamt
Heimtrainer Kettler X7 **Artikelnummer:** kettx7	**250,00 €**	Bestellt 1	1	**250,00 €**	0,00 €	0,00 €	250,00 €
Maus Logitech **Artikelnummer:** ma-lo	**40,00 €**	Bestellt 5 In Rechnung gestellt 4	1	**40,00 €**	0,00 €	0,00 €	40,00 €

Update Qty's

8.3 Gutschrift

Zur Übersicht über alle Gutschriften gelangt man über den vierten Unterpunkt der Navigation. Wie in allen Listen kann hier sortiert, gesucht und gefiltert werden.



Gutschriften

Seite 1 von 1 Seiten | Zeige 20 pro Seite | Insgesamt 2 Einträge gefunden — Filter zurücksetzen — Suche

Alle wählen | Alle abwählen | Sichtbare wählen | Sichtbare abwählen | 0 Artikel ausgewählt — Aktionen — Abschicken

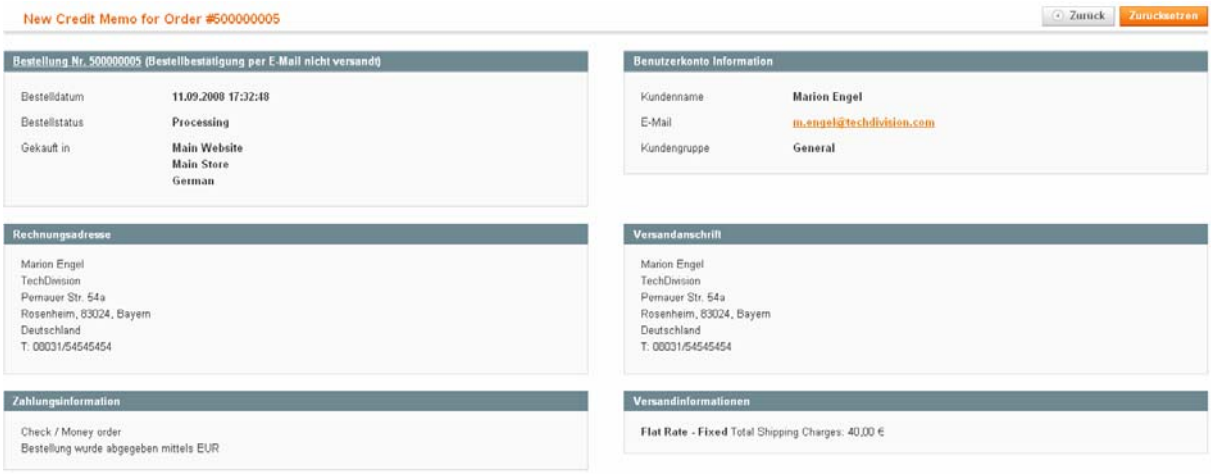
Gutschrift Nr.	Erstellt am	Bestellung Nr.	Bestelldatum	Rechnung an - Vorname	Rechnung an - Nachname	Status	Erstattet	Aktion
Alle	Von: / Bis :	Von: / Bis :	Von: / Bis :	Von: / Bis :				Von: / Bis :	
500000002	15.09.2008 12:31:34	500000004	11.09.2008 14:42:43	Marion	Engel	Erstattet	400,00 €	Ansehen
500000001	15.09.2008 11:55:08	500000006	11.09.2008 17:41:47	Marion	Engel	Erstattet	24,00 €	Ansehen

Die Funktionalitäten entsprechen den Rechnungen:

- Ausgabe der Gutschrift in einer pdf-Datei über „Aktionen“
- Öffnen der Detailansicht über „Ansehen“ und darin
  - internen Kommentar eintragen
  - Kommentar an Kunden übermitteln
  - Mail versenden
  - pdf-Datei erzeugen

8.3.1 Gutschrift erstellen

Gutschriften werden von der Detailseite einer in Rechnung erstellten Bestellung erstellt. Über den Button Gutschrift wird die Detailseite zur Gutschrift geöffnet. Der obere Bereich des Dialogs ist von Bestellung und Rechnung bekannt:



Interessant sind der mittlere Bereich mit der Artikelliste und die rechte untere Ecke mit den Gutschriftsdetails:

Dort gibt es folgende Auswahlmöglichkeiten:

Feldname	Beschreibung
Return to Stock	Wenn die Lagerverwaltung für diesen Artikel in Magento

Feldname	Beschreibung
	erfolgt und wenn der Kunde den Artikel unversehrt zurückgeschickt hat, muss hier der Haken gesetzt werden, damit der Lagerbestand wieder hochgezählt wird. Andernfalls bleibt das Kästchen leer.
Qty to Refund	ist mit der in Rechnung gestellten Menge abzüglich der bereits erstatteten Menge vorbelegt und entspricht somit der maximal zu erstattenden Menge; Korrekturen nach unten sind möglich; danach ist wie bei der Teilrechnung der Button „Update Qty's“ zu drücken
Refund Shipping	enthält den Anteil der Versandkosten, der erstattet wird; hier sind die tatsächlichen Versandkosten abzüglich der bereits erstatteten Versandkosten voreingetragen; der Wert kann reduziert, aber nicht erhöht werden
Anpassung Erstattung	zusätzlicher Erstattungsbetrag; wird zu der zu erstattenden Summe hinzuaddiert; insgesamt darf der Erstattungsbetrag die ursprünglichen Kosten nicht überschreiten
Anpassung Belastung	Bearbeitungskosten für die Erstattung; wird vom zu erstattenden Betrag abgezogen
Kommentar anfügen	fügt den Kommentar in die Gutschrifts-Mail ein
E-Mailkopie der Gutschrift	informiert den Kunden per Mail über die Gutschrift

Durch Drücken des Buttons „Erstatten“ wird die Gutschrift erzeugt.
Hier ein Beispiel für die Berechnung der Gutschrift und die Anzeige der Beträge, links der Pflegedialog mit den Eingaben und rechts die Rechenergebnisse nach Erstellung der Gutschrift:

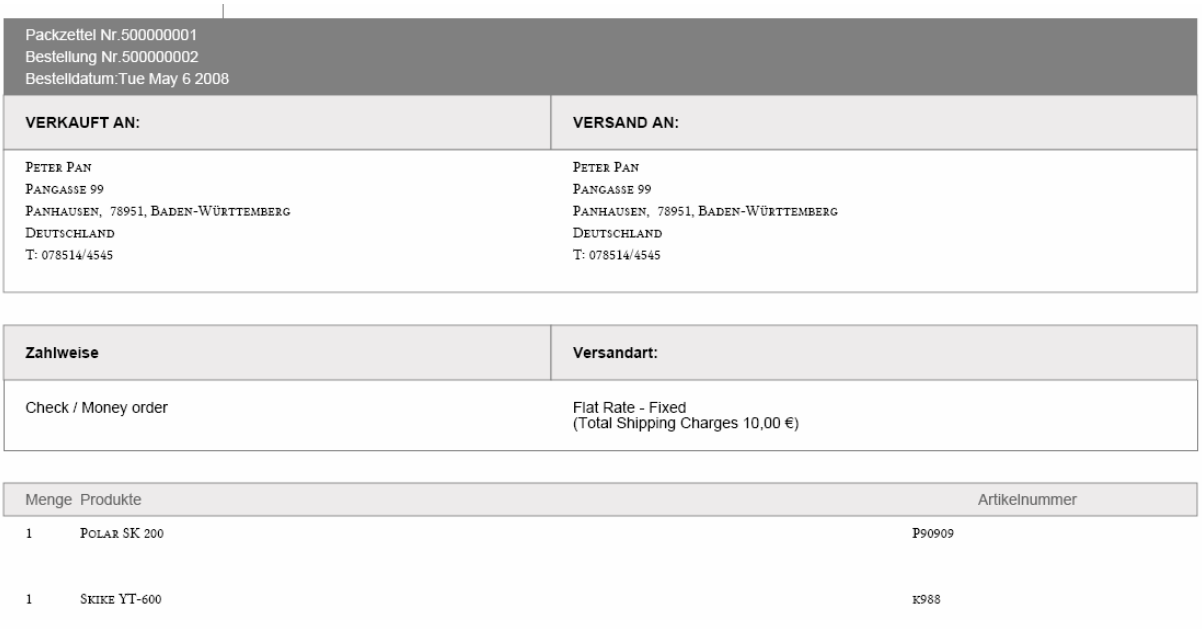
Die Rechnung lautete folglich: 409 + 0 + 2 – 11 = 400.
Die Mail an den Kunden hat folgende Inhalte:

8.4 Sendungen

Zur Übersicht über alle Sendungen gelangt man über den zweiten Unterpunkt der Navigation. Wie in allen Listen kann hier sortiert, gesucht und gefiltert werden.

Für alle markierten Sendungen kann über

ein Packzettel gedruckt werden. Hier ein Beispiel für einen solchen Packzettel:



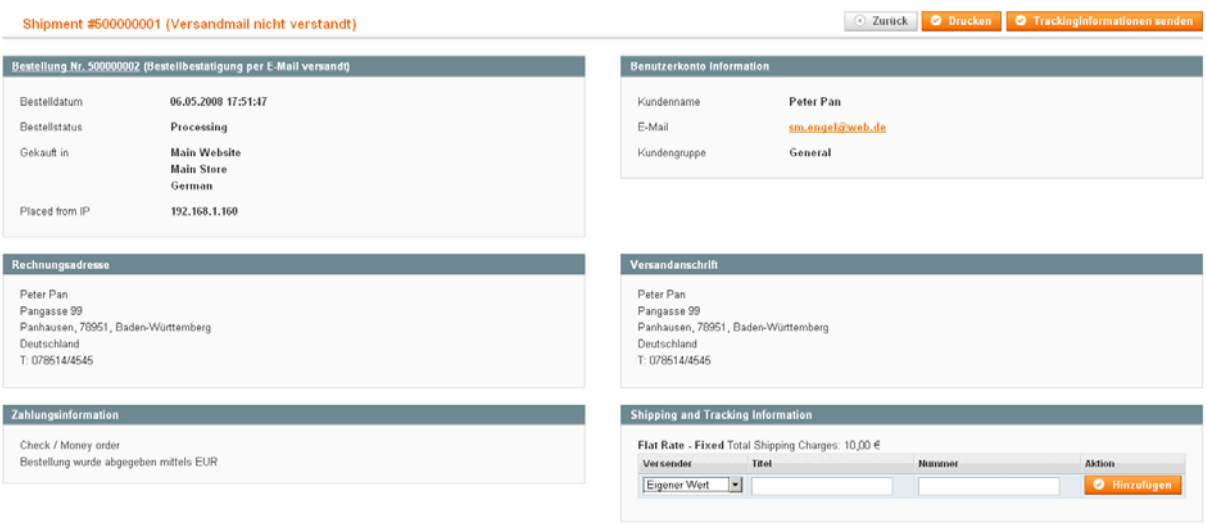
Packzettel Nr.500000001
Bestellung Nr.500000002
Bestelldatum:Tue May 6 2008

VERKAUFT AN:	VERSAND AN:
PETER PAN PANGASSE 99 PANHAUSEN, 78951, BADEN-WÜRTTEMBERG DEUTSCHLAND T: 078514/4545	PETER PAN PANGASSE 99 PANHAUSEN, 78951, BADEN-WÜRTTEMBERG DEUTSCHLAND T: 078514/4545

Zahlweise	Versandart:
Check / Money order	Flat Rate - Fixed (Total Shipping Charges 10,00 €)

Menge	Produkte	Artikelnummer
1	POLAR SK 200	P90909
1	SKIKE YT-600	K988

Aus der Liste gelangt man über „Ansehen“ zur den Details der Sendung.



Shipment #500000001 (Versandmail nicht verstandt)

Zurück | Drucken | Trackinginformationen senden

Bestellung Nr. 500000002 (Bestellbestatigung per E-Mail versandt)

Bestelldatum	06.05.2008 17:51:47
Bestellstatus	Processing
Gekauft in	Main Website Main Store German
Placed from IP	192.168.1.160

Benutzerkonto Information

Kundenname	Peter Pan
E-Mail	sm.engel@web.de
Kundengruppe	General

Rechnungsadresse

Peter Pan
Pangasse 99
Panhausen, 78951, Baden-Württemberg
Deutschland
T: 078514/4545

Versandanschrift

Peter Pan
Pangasse 99
Panhausen, 78951, Baden-Württemberg
Deutschland
T: 078514/4545

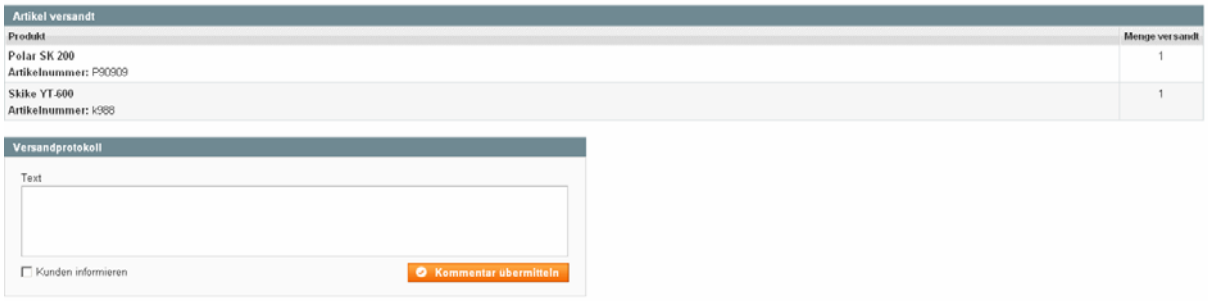
Zahlungsinformation

Check / Money order
Bestellung wurde abgegeben mittels EUR

Shipping and Tracking Information

Flat Rate - Fixed Total Shipping Charges: 10,00 €

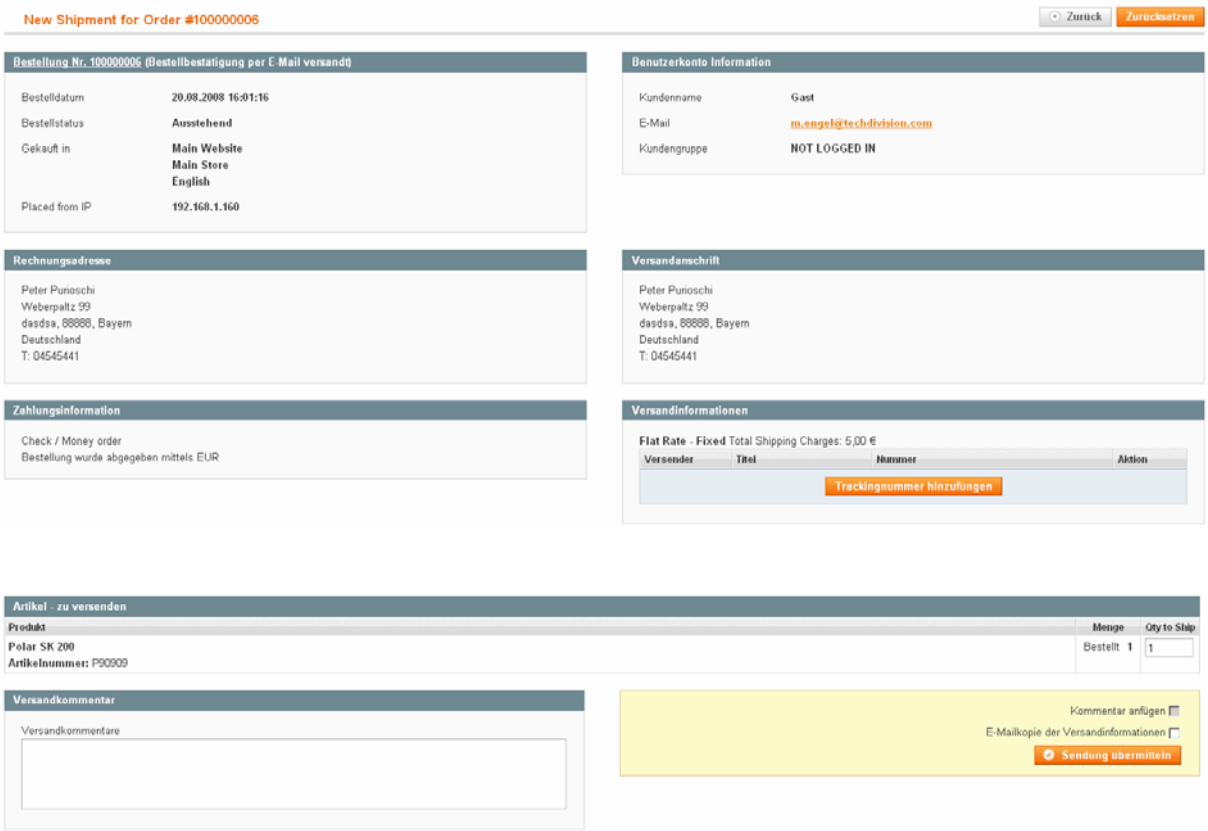
Versender	Titel	Nummer	Aktion
Eigener Wert			Hinzufugen



Hier können neue Trackinginformationen angelegt und dem Kunden über den Button Trackinginformationen senden per Mail gesendet werden. Über „Drucken“ kann jederzeit ein neuer Packzettel mit den aktuellen Trackinginformationen erzeugt werden.

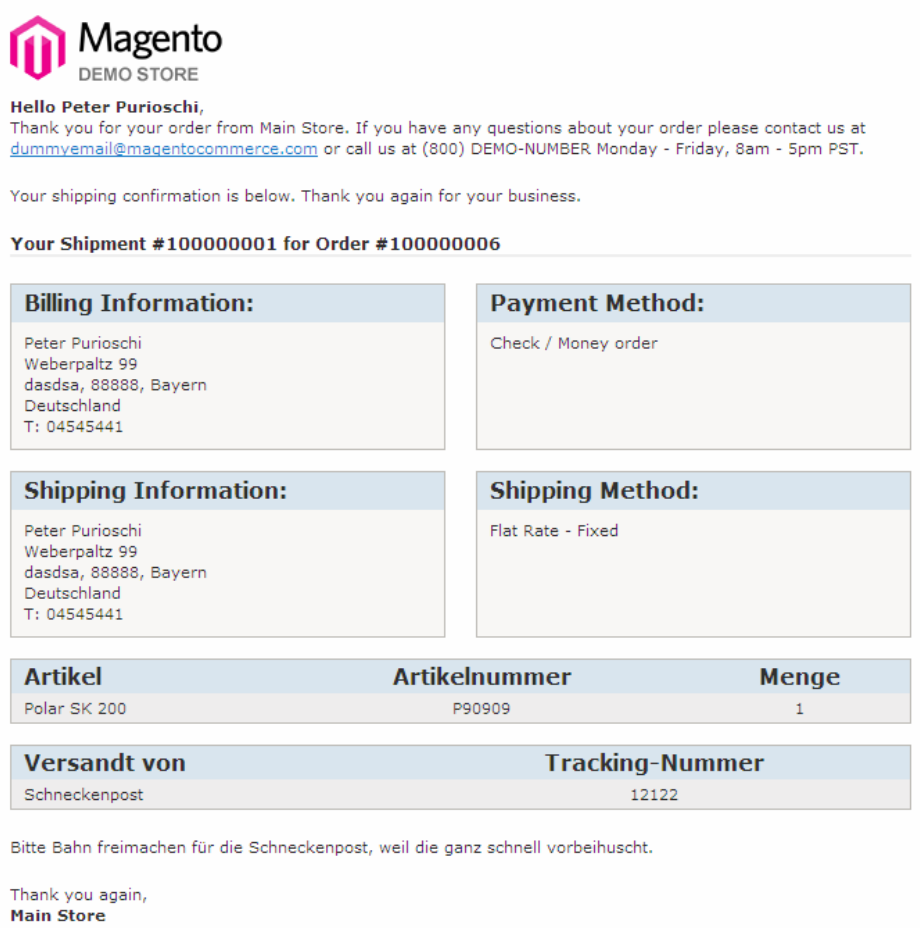
8.4.1 Sendung anlegen

Um eine Sendung zu erstellen, muss zunächst die zugehörige Bestellung aus der Bestellübersicht geöffnet werden. Über den Button „Senden“ gelangt man zu den Details des Versands:



Feldname	Beschreibung
Qty to Ship	Hier ist die bestellte Menge abzüglich der bereits gelieferten Menge eingetragen. Der Wert kann verringert, nicht aber erhöht werden. In diesem Fall entfällt der „Update Qty's" Button.
Trackingnummer hinzufügen	Wird dieser Button gedrückt, erscheint eine leere Zeile, in die die Trackinginformationen eingefügt werden können. Folgende Versender stehen standardmäßig zur Auswahl:
Kommentar anfügen	fügt der Mail mit den Sendungsdaten einen Kommentar hinzu
E-Mailkopie der Versandinformation	schickt dem Kunden eine Mail mit den Sendungsdaten

Hier ein Beispiel für eine Mail mit Kommentar:



Magento
DEMO STORE

Hello Peter Purioschi,
Thank you for your order from Main Store. If you have any questions about your order please contact us at dummyemail@magentocommerce.com or call us at (800) DEMO-NUMBER Monday - Friday, 8am - 5pm PST.

Your shipping confirmation is below. Thank you again for your business.

Your Shipment #100000001 for Order #100000006

Billing Information:	Payment Method:
Peter Purioschi Weberpaltz 99 dasdsa, 88888, Bayern Deutschland T: 04545441	Check / Money order

Shipping Information:	Shipping Method:
Peter Purioschi Weberpaltz 99 dasdsa, 88888, Bayern Deutschland T: 04545441	Flat Rate - Fixed

Artikel	Artikelnummer	Menge
Polar SK 200	P90909	1

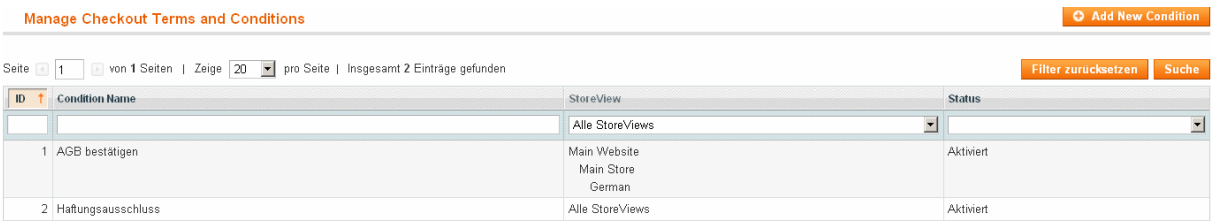
Versandt von	Tracking-Nummer
Schneckenpost	12122

Bitte Bahn freimachen für die Schneckenpost, weil die ganz schnell vorbeihuscht.

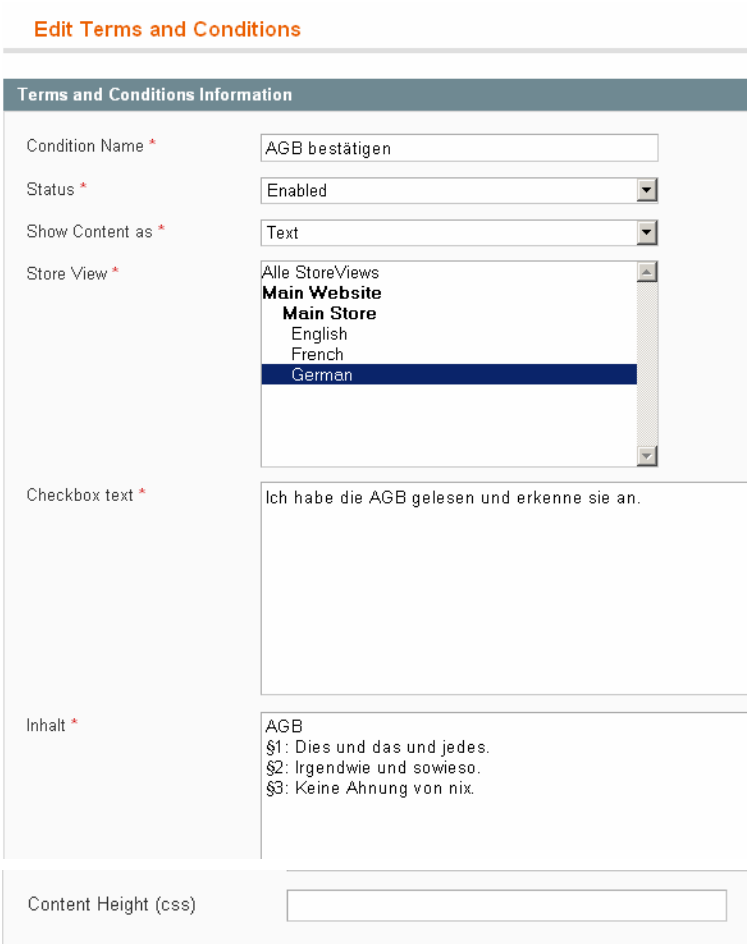
Thank you again,
Main Store

8.5 Terms and Conditions

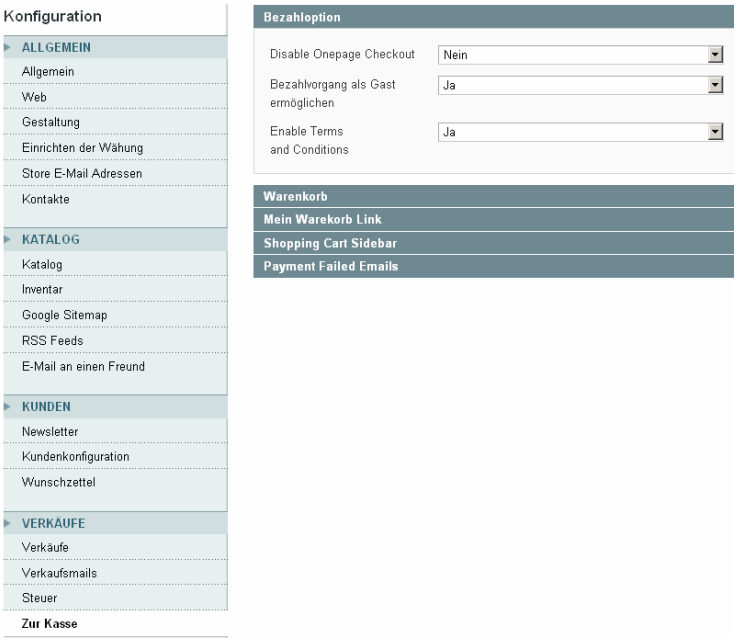
Zur Übersicht über alle Bedingungen, die beim Checkout angezeigt werden, gelangt man über den vorletzten Unterpunkt der Navigation. Wie in allen Listen kann hier sortiert, gesucht und gefiltert werden.



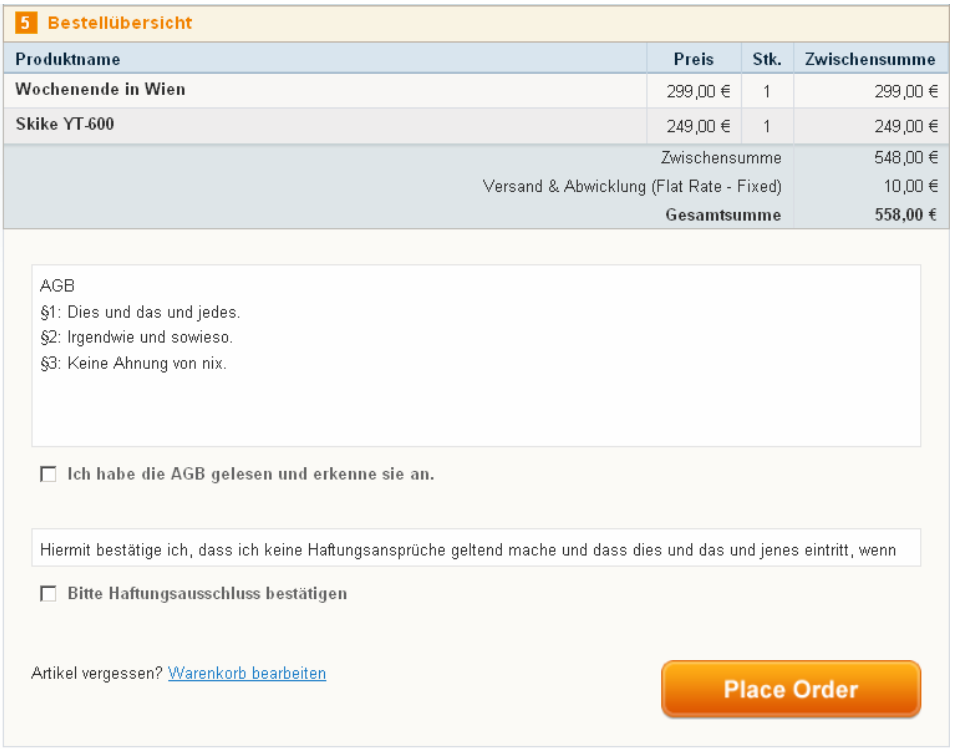
Neue Bedingungen werden über angelegt.



Damit die angelegten Bedingungen auch wirklich im Shop angezeigt werden, muss unter System - Konfiguration – zur Kasse für „Enable Terms and Conditions“ der Wert „Ja“ ausgewählt werden.



Die Anzeige erfolgt im letzten Schritt des Check Out-Prozesses. Erst wenn alle Bedingungen bestätigt wurden, kann der Kauf abgeschlossen werden.

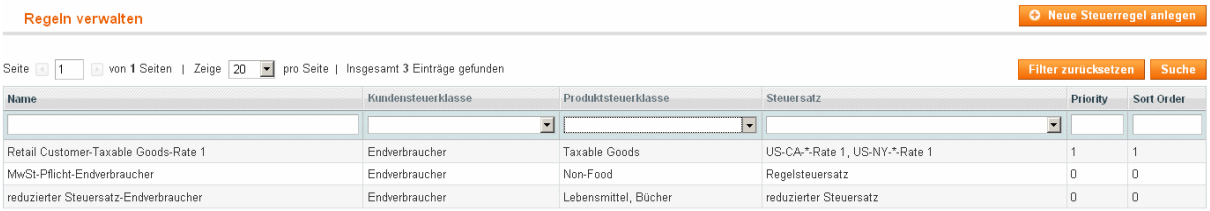


8.6 Steuern

Im letzten Navigationspunkt werden Steuersätze, -klassen und –regeln angelegt.

8.6.1 Regeln verwalten

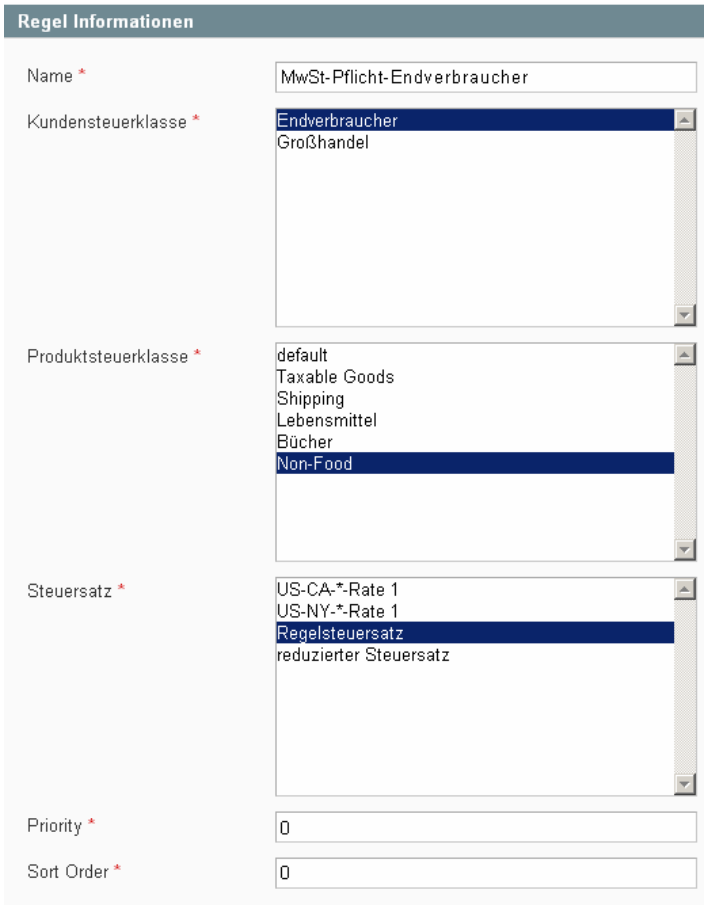
Hier können Regeln erstellt werden, nach denen einer bestimmten Kombination aus Produktsteuerklasse und Kundensteuerklasse ein Steuersatz zugeordnet wird. Dies ist für Länder sinnvoll, in denen es nicht nur unterschiedliche Steuersätze für unterschiedliche Produktgruppen, sondern bei gleicher Produktgruppe auch für unterschiedliche Kundengruppen gibt.
In der Liste der Regeln stehen die bekannten Filter- und Suchmöglichkeiten zur Verfügung.


Regeln verwalten
Neue Steuerregel anlegen
Seite 1 von 1 Seiten | Zeige 20 pro Seite | Insgesamt 3 Einträge gefunden
Filter zurücksetzen
Suche

Name	Kundensteuerklasse	Produktsteuerklasse	Steuersatz	Priority	Sort Order
Retail Customer-Taxable Goods-Rate 1	Endverbraucher	Taxable Goods	US-CA-*-Rate 1, US-NY-*-Rate 1	1	1
MwSt-Pflicht-Endverbraucher	Endverbraucher	Non-Food	Regelsteuersatz	0	0
reduzierter Steuersatz-Endverbraucher	Endverbraucher	Lebensmittel, Bücher	reduzierter Steuersatz	0	0

Über

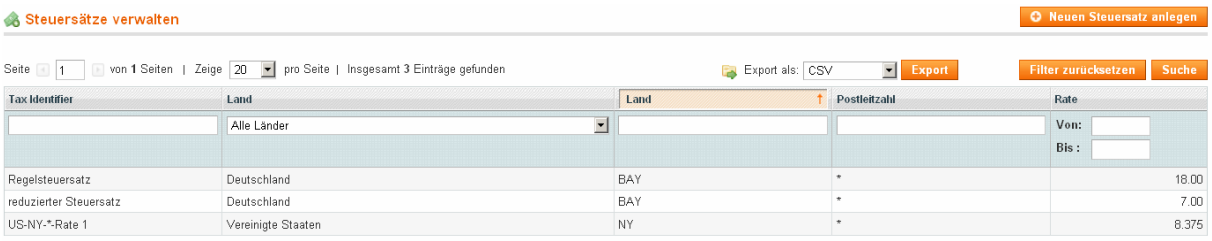
gelangt man zum Pflegedialog für die Regeln.



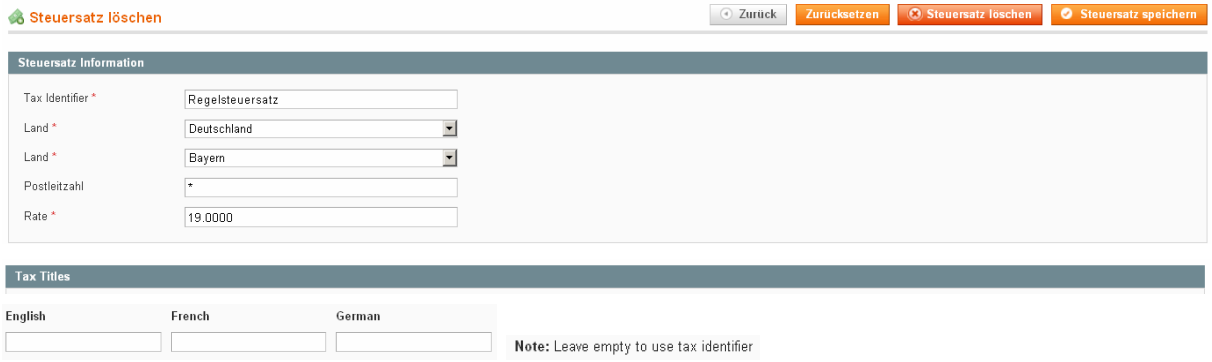
In den Auswahlfeldern können bei gedrückter Strg-Taste mehrere einzelne Einträge markiert werden. Bei gedrückter Shift-Taste können mehrere hintereinander stehende Einträge markiert werden, indem nur der erste und der letzte gewünschte Eintrag angeklickt werden.

8.6.2 Manage Tax Zones and Rates

Hier können Regeln und Steuersätze für unterschiedliche Regionen angelegt werden. In der Liste der Steuersätze stehen die bekannten Filter- und Suchmöglichkeiten zur Verfügung. Außerdem können die Steuersätze als csv- oder xml-Datei exportiert werden.



Über Neuen Steuersatz anlegen wird in folgendem Dialog ein neuer Steuersatz angelegt:



In Deutschland ist eigentlich keine Unterscheidung nach Ländern oder gar Postleitzahlen nötig. Diese Unterscheidungsmöglichkeiten stammen aus den USA. Wenn die Steuersätze in den unterschiedlichen Store Views unterschiedliche Titel bekommen sollen, können diese im unteren Bereich des Dialogs eingetragen werden. Bleiben die Felder leer, wird der „Tax Identifier“ für alle Store Views verwendet. Mit Steuersatz speichern werden die Änderungen gespeichert, mit Steuersatz löschen der Steuersatz gelöscht.

8.6.3 Steuersätze exportieren

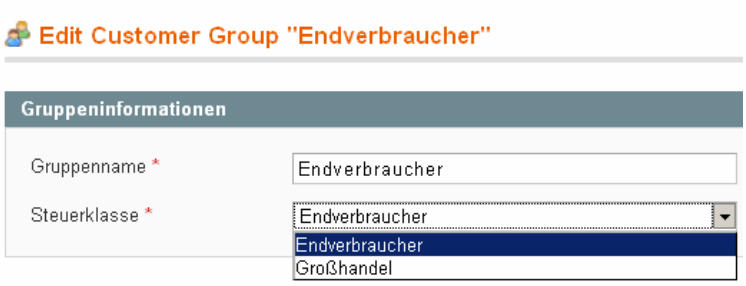
Dieser Menüpunkt bietet die Möglichkeit, die manuell angelegten Steuersätze in eine csv-Datei zu exportieren. In neue Shops können auch Steuersätze importiert werden.

Die Importdatei muss die gleichen Felder wie der Dialog zur Anlage von Steuersätzen haben. Die einzelnen Werte werden durch Kommas getrennt und in Anführungszeichen eingeschlossen:

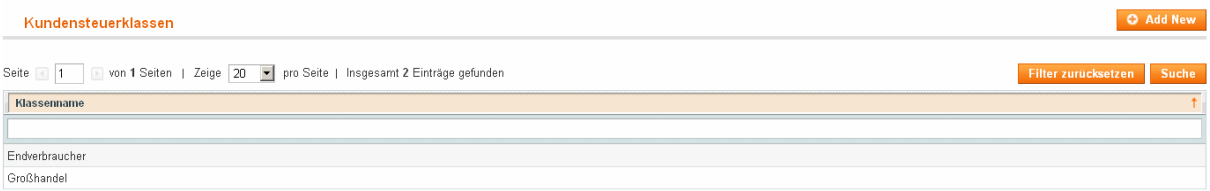
```
Code,"Land","Land","Postleitzahl","Rate","default","french","german"
US-NY-*-Rate 1,"US","NY","*","8.3750","","",""
Regelsteuersatz,"DE","BAY","*","19.0000","","",""
reduzierter Steuersatz,"DE","BAY","*","7.0000","","",""
```

8.6.4 Kundensteuerklassen

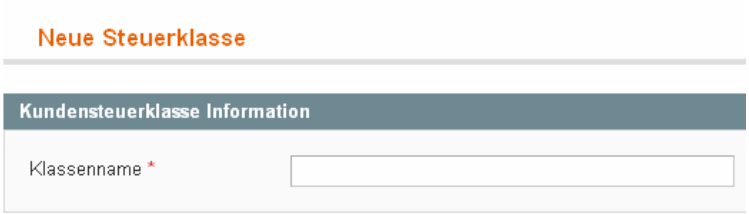
Hier können kundenspezifische Steuergruppen angelegt werden. Als Standard ist der Kunde im Einzelhandel angelegt. Sollten beispielsweise für Großhändler andere Steuerklassen gelten, können diese hier angelegt werden. Die Steuerklassen werden bei der Verwaltung von Kundengruppen benötigt:



In der Übersichtsliste sind alle bereits angelegten Klassen sichtbar. In einer größeren Liste kann das Feld unter der Spaltenüberschrift als Suchfeld verwendet werden. Die Suche findet alle Steuerklassen, in denen die angegebene Zeichenkette vorkommt, gleich an welcher Stelle. Soll die nach einer Suche eingetretene Einschränkung der Steuerklassen wieder rückgängig gemacht werden, muss der Button „Filter zurücksetzen“ gedrückt werden. Er löscht den Suchbegriff und blendet alle Steuerklassen wieder ein.



Neue Steuerklassen werden über Add New angelegt. Es muss lediglich der Name der Klasse eingegeben werden.

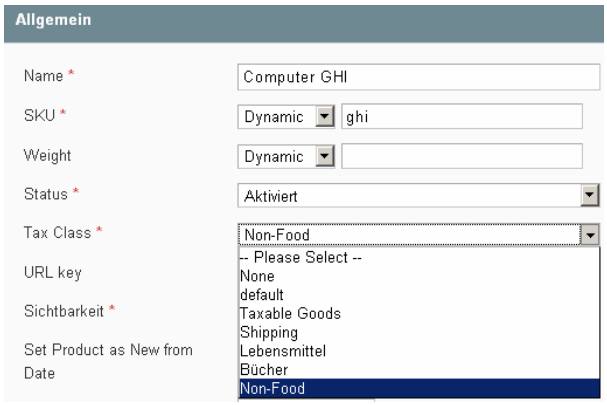


Steuerklasse speichern speichert die neu angelegte oder die textlich korrigierte Steuerklasse.

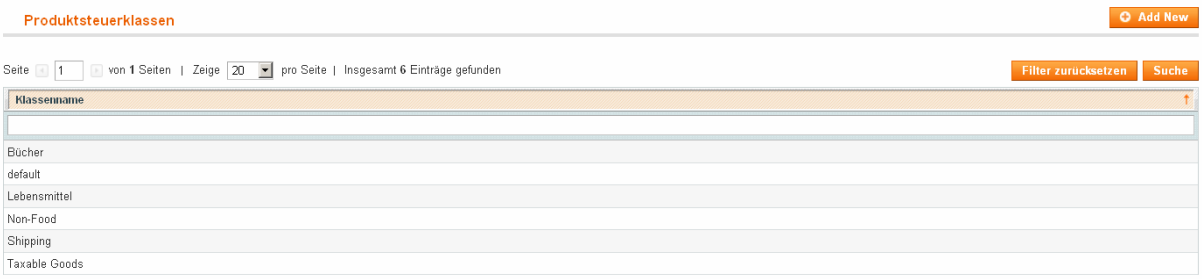
Steuerklasse löschen löscht die Steuerklasse, die gerade geöffnet ist. Bei der Neuanlage einer Steuerklasse ist dieser Button noch ausgeblendet. Er erscheint nur bei bestehenden Steuerklassen.

8.6.5 Produktsteuerklassen

Hier können Steuerklassen für verschiedene Produktgruppen angelegt werden. Die hier gepflegten Begriffe stehen dann bei der Produktverwaltung im Menüpunkt „Allgemein“ zur Verfügung.



Die Neuanlage, Pflege und Verwaltung funktioniert wie bei den Kundensteuerklassen. Die Liste sieht wie folgt aus:



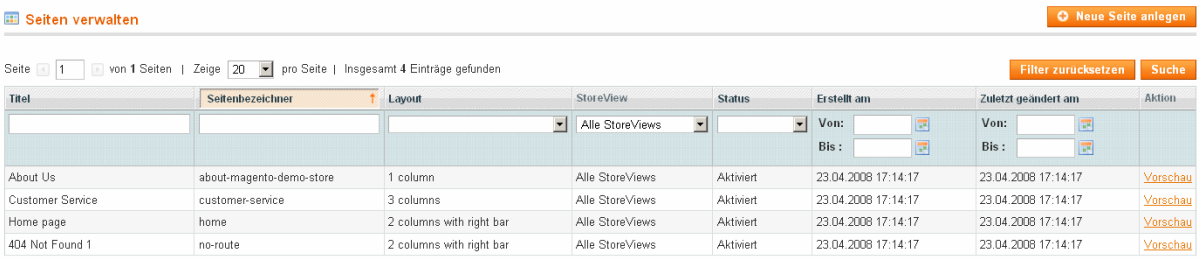
Der Pflegedialog hat folgendes Feld:

9 CMS

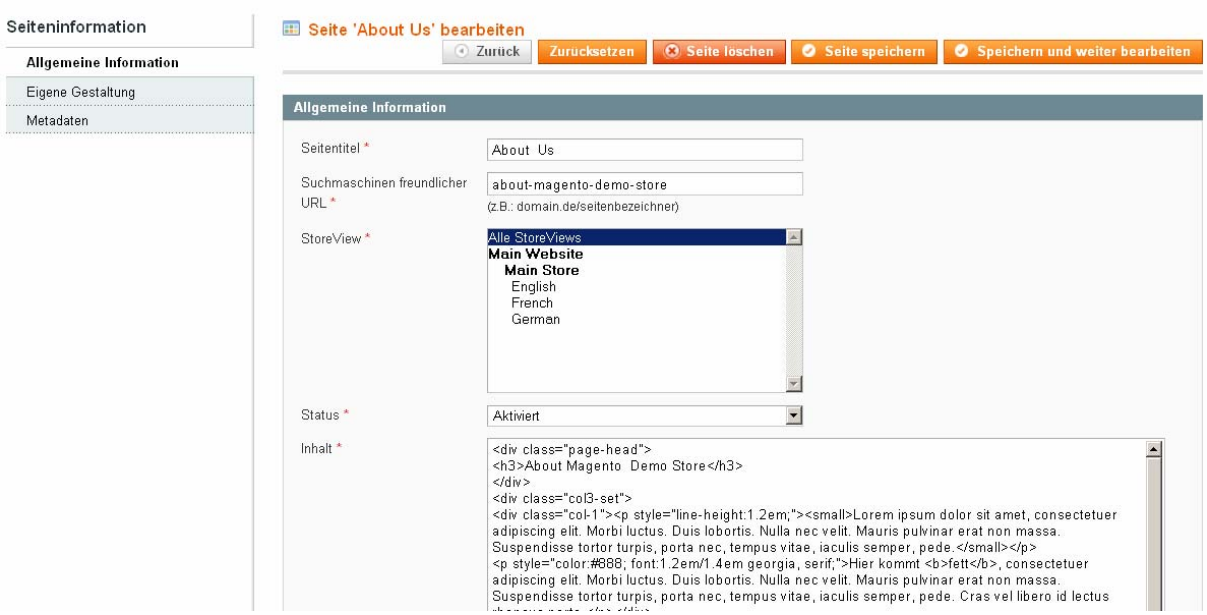
Wer bei CMS an TYPO3 oder ähnliche Systeme denkt, wird bei Magento natürlich erstmal enttäuscht sein. Der Navigationspunkt „CMS“ mit seinen Untermenüs bietet zwar die Möglichkeit, statische Seiten anzulegen. Ganz ohne HTML-Kenntnisse kommt man dabei jedoch nicht aus.

9.1 Seiten verwalten

Alle statischen Seiten werden in der Seitenliste angezeigt und können wie üblich sortiert, gesucht und gefiltert werden.

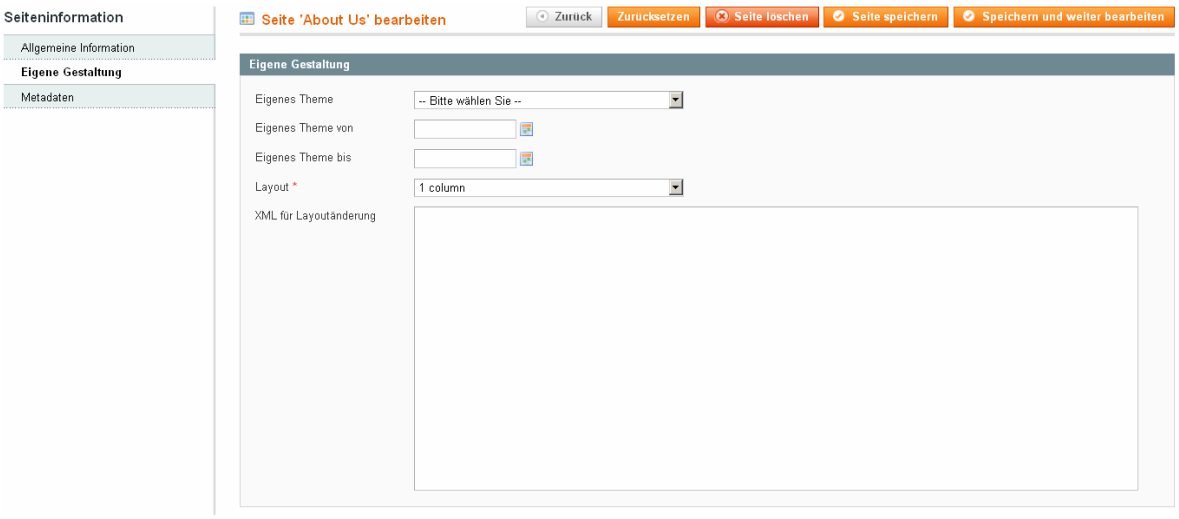

Seiten verwalten
Neue Seite anlegen
Seite 1 von 1 Seiten | Zeige 20 pro Seite | Insgesamt 4 Einträge gefunden
Filter zurücksetzen
Suche
Titel
Seitenbezeichner
Layout
StoreView
Status
Erstellt am
Zuletzt geändert am
Aktion
Alle StoreViews
Von:
Bis :
About Us | about-magento-demo-store | 1 column | Alle StoreViews | Aktiviert | 23.04.2008 17:14:17 | 23.04.2008 17:14:17 | Vorschau
Customer Service | customer-service | 3 columns | Alle StoreViews | Aktiviert | 23.04.2008 17:14:17 | 23.04.2008 17:14:17 | Vorschau
Home page | home | 2 columns with right bar | Alle StoreViews | Aktiviert | 23.04.2008 17:14:17 | 23.04.2008 17:14:17 | Vorschau
404 Not Found 1 | no-route | 2 columns with right bar | Alle StoreViews | Aktiviert | 23.04.2008 17:14:17 | 23.04.2008 17:14:17 | Vorschau

Über den Link „Vorschau“ in der letzten Spalte wird die Seite im Browser angezeigt. Klickt man irgendwo anders auf die Zeile, wird der Pflegedialog mit dem Untermenü „Seiteninformation“ geöffnet.
In den Allgemeinen Informationen werden die Seiteninhalte gepflegt:



Feldname	Beschreibung
Seitentitel	Meta-Tag für Seitentitel in der Kopfzeile
Suchmaschinen freundlicher URL	Möglichkeit zur Eingabe eines suchmaschinenfreundlichen sprechenden Dateinamens mit den Schlüsselwörtern der Seite, der an den Domainnamen angehängt wird
StoreView	StoreView, für den/die die Seite zur Verfügung stehen soll
Status	aktiviert = Seite ist verfügbar und kann über einen Link aufgerufen werden deaktiviert = Seite wird nicht angezeigt, d.h. ein vorhandener Link endet auf der Fehlerseite
Inhalt	Seiteninhalt mit HTML-Tags zur Formatierung

Im Unterpunkt „Eigene Gestaltung“ werden Details zum Layout festgelegt:



Feldname	Beschreibung
Eigenes Theme	Möglichkeit zur Auswahl eines speziellen Themes
Eigenes Theme von	Möglichkeit, ein Startdatum festzulegen, ab dem das Theme verwendet werden soll
Eigenes Theme bis	Möglichkeit, ein Endedatum festzulegen, bis zu dem das Theme verwendet werden soll
Layout	Auswahl eines Layouts; Empty = nur der vorher eingegebenen HTML-Code wird zur Formatierung verwendet; Andere Layouts bieten die Möglichkeit, Kopfbereiche oder Randspalten anzuzeigen.
XML für Layoutänderung	Möglichkeit zur Eingabe eines statischen Blocks; muss in xml anstelle von html geschrieben sein; wird am Ende der Seite und nur im festgelegten Zeitraum angezeigt

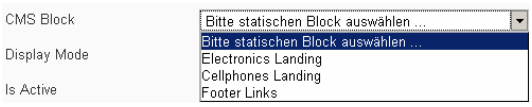
Im Unterpunkt „Metadaten“ werden die Metatags gepflegt:

Feldname	Beschreibung
Keywords	Hier wird das Meta-Tag „keywords“ befüllt.
Beschreibung	Hier wird das Meta-Tag „description“ befüllt.

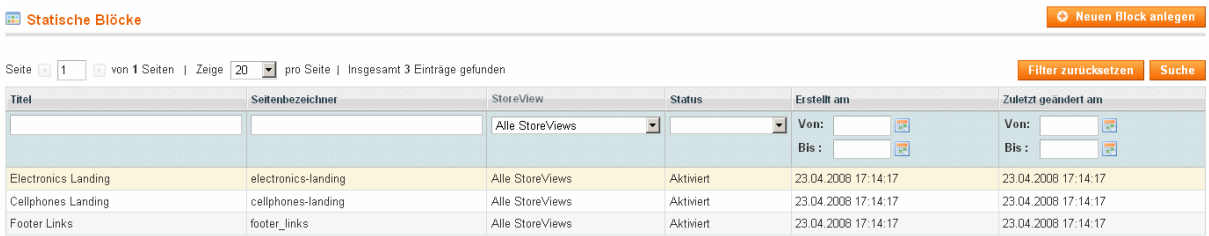
```
<meta name="description" content="Hier wird der Super-Shop vorgestellt." />
<meta name="keywords" content="Magento, Demo-Shop, Testladen" />
```

9.2 statische Blöcke

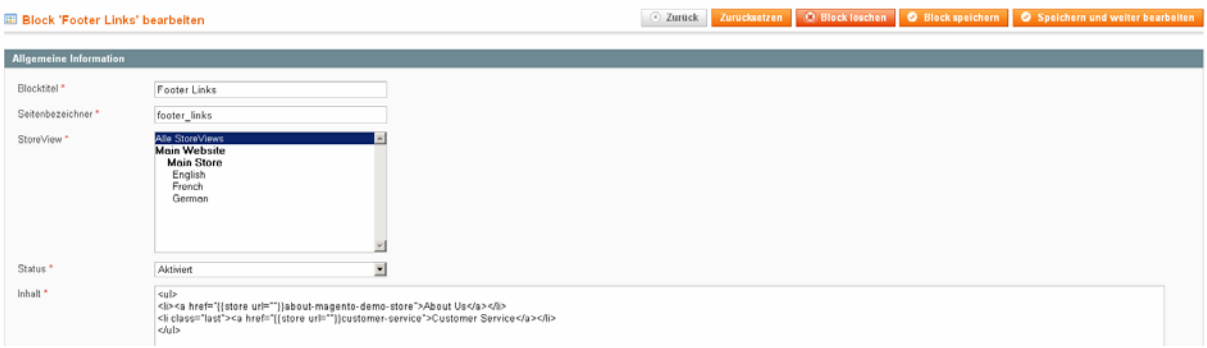
Unter dem zweiten Navigationspunkt können statische Blöcke verwaltet werden. Wenn es Elemente gibt, die auf mehreren Kategorie-Seiten wiederkehren, macht es Sinn, diese in statische Blöcke auszulagern. Bei der Anlage der Kategorie kann dann einfach aus der Liste der statischen Blöcke ausgewählt werden:



In der Liste der statischen Blöcke kann wie gewohnt sortiert, gesucht und gefiltert werden.



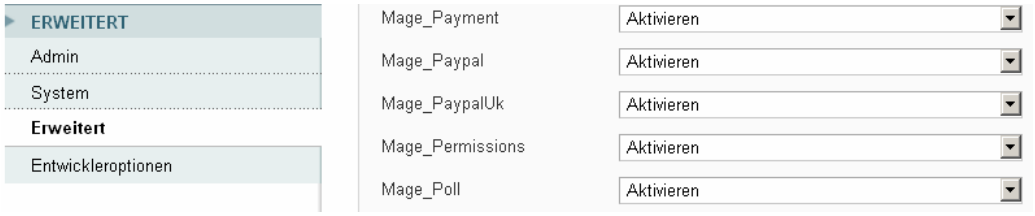
Per Klick auf eine Zeile gelangt man zu den Details des statischen Blocks. Über Neuen Block anlegen wird die gleiche Detailseite mit leeren Feldern geöffnet.



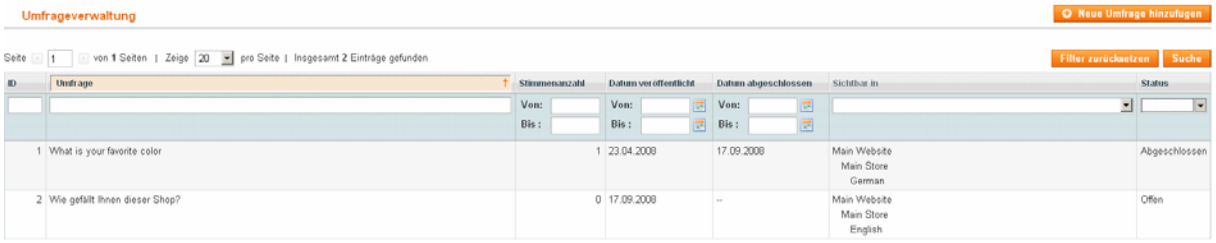
Feldname	Beschreibung
Blocktitel	Titel des Blocks
Seitenbezeichner	Name des Blocks; darf keine Leerzeichen enthalten; Block kann mit {{block type="block-id"}} in eine Landing Page oder einen Newsletter eingebunden werden
StoreView	StoreView, für den/die der Block zur Verfügung stehen soll
Status	aktiviert = Seite ist verfügbar und kann über einen Link aufgerufen werden deaktiviert = Seite wird nicht angezeigt, d.h. ein vorhandener Link endet auf der Fehlerseite
Inhalt	HTML-Code für den statischen Block

9.3 Umfrageverwaltung

Unter dem letzten Navigationspunkt können Umfragen erstellt und ausgewertet werden.
Umfragen können nur dann durchgeführt werden, wenn unter System – Konfiguration – Erweitert „Mage_Poll" aktiviert ist.

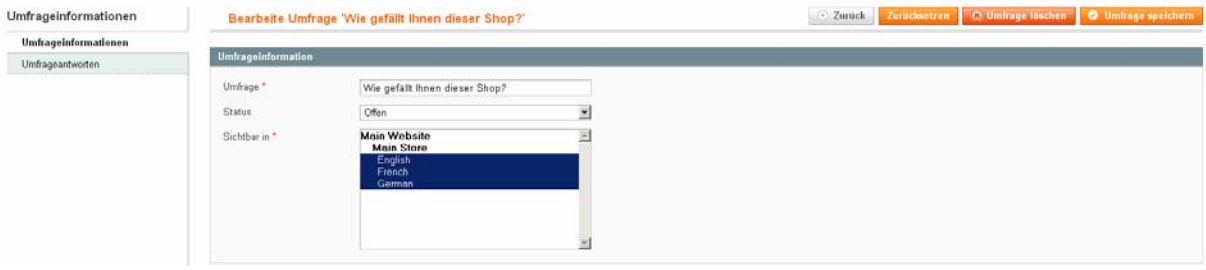


In der Umfrageverwaltung werden alle Umfragen aufgelistet, können sortiert, gefiltert und gesucht werden.



Mit einem Klick auf eine Zeile gelangt man zu den Umfrageinformationen. Die Dialoge, die man über

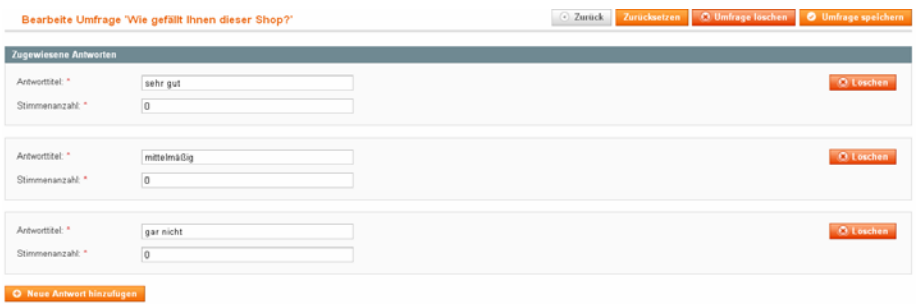
auch für eine neue Umfrage erreicht, haben folgende Inhalte:



Feldname	Beschreibung
Umfrage	Frage der Umfrage
Status	Offen = Umfrage wird im gewählten Shop angezeigt; Abgeschlossen = Teilnahme an der Umfrage ist nicht mehr möglich, da sie nicht mehr angezeigt wird
Sichtbar in	Liste der StoreViews; Mehrfachauswahl mit Shift oder Strg

Als nächstes müssen die Antwortmöglichkeiten angelegt werden. Dazu dient der Button „Neue Antwort hinzufügen“:

Auch die weiteren Antworten werden über diesen Button hinzugefügt.



Feldname	Beschreibung
Antworttitel	Text der Antwort, der in der Umfragebox erscheinen soll
Stimmenzahl	Bei der Neuanlage steht hier üblicherweise 0. Es ist allerdings auch möglich, die Ergebnisse zu „fälschen“ und eine höhere Zahl einzugeben, wenn es mehr um Werbung geht als darum, wirklich die Kundenmeinung abzufragen. Alle Antworten von Benutzerseite werden dem Anfangsbestand hinzuaddiert. Technisch ist es natürlich möglich, den Zwischenstand jederzeit zu verändern. Inwieweit dies jedoch inhaltlich sinnvoll ist, muss der Shopbetreiber selber entscheiden.

Nachdem

gedrückt wurde, wird die Umfrage wie folgt angezeigt:

Sobald sich ein Benutzer an der Umfrage beteiligt hat, wird das Zwischenergebnis angezeigt:

Sind gleichzeitig mehrere Umfragen aktiv, so werden diese beim erneuten Laden der Seite nach dem Zufallsprinzip angezeigt.
Über

können Umfragen gelöscht werden.

9.4 Magento und TYPO3

Angesichts des nicht allzu hohen Benutzerkomforts des Magento-eigenen CMS klingt eine Integration von TYPO3 in Magento verlockend. Und sie scheint in der Tat jetzt Wirklichkeit zu werden. Ein neues Plugin ermöglicht die Kombination der beiden Systeme.
Bereits vor geraumer Zeit hat Varien daher reagiert und auf dem offiziellen Magento-Blog einen Beitrag veröffentlicht, in dem beschrieben wird, wie Magento mit dem Content Management System "Expression Engine" verknüpft werden kann.
Das dort beschriebene CMS-Tool ist allerdings eher unbekannt, zumal gerade im deutschsprachigen Bereich TYPO3 hier sicherlich das Maß der Dinge ist. Daher wurde das Projekt TypoGento (www.typogento.com) ins Leben gerufen, mit dem genau dieser "weiße Fleck auf der Magento-Landkarte" abgedeckt werden soll.

Bei TypoGento handelt es sich um eine Middleware, die die beiden Open Source Systeme Magento und TYPO3 verknüpft und ebenfalls kostenlos zur Verfügung steht. Auf der einen Seite werden über ein TYPO3 Frontend-Plugin die Core-Classes von Magento integriert und anzeigt. Auf der anderen Seite wird Magento dahingehend modifiziert, dass TYPO3 die Anzeige von Seiteninhalten übernehmen und steuern kann.

Diese Art der Integration bietet einige Vorteile:

- Die Instanziierung kann sofort erfolgen.
- Es handelt sich um eine richtige Integration bei der der User nur ein System sieht und nicht merkt, dass im Hintergrund zwei Technologien arbeiten.
- Die beiden Systeme können Daten und Funktionen direkt austauschen
- Die Templates und deren Steuerung können über eine zentrale Stelle (im Magento-Backend) gepflegt werden.

Wer sich die Integration von Magento und TYPO3 in der Praxis ansehen möchte, kann dies unter nachfolgendem Link tun:
http://demostore.typogento.com/home/merchandise-shop.html

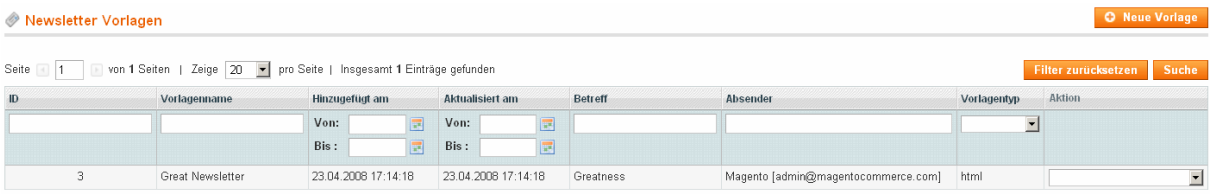
10 Newsletter

Der Benutzer kann sich im Shop für den Newsletter anmelden:

Dem Admin steht dann der Navigationspunkt „Newsletter“ zur Verwaltung zur Verfügung.

10.1 Vorlagen verwalten

Bevor Newsletter versendet werden können, müssen Vorlagen angelegt werden. Diese werden in der Liste angezeigt und können wie üblich gefiltert, sortiert und gesucht werden.



Per Doppelklick gelangt man zu den Details der Vorlage, über den Button „Neue Vorlage“ zu den leeren Vorlageninformationen.

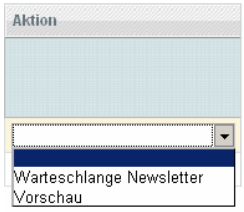
Feldname	Beschreibung
Vorlagenname	Name der Vorlage zur internen Unterscheidung der verschiedenen Vorlagen
Vorlagenbetreff	Betreff des Newsletters, der mit dieser Vorlage verschickt wird
Absender Name	Name des Absenders des Newsletters, der mit dieser Vorlage verschickt wird
Absender Email	Email-Adresse des Absenders des Newsletters, der mit dieser Vorlage verschickt wird
Vorlageninhalt	Inhalt des Templates in HTML; es können auch statische Blöcke eingebunden werden

Die Formatierung der Vorlage kann mit „Vorlagenvorschau“ angesehen werden. Wurde die Vorlage mit „Vorlage speichern“ gespeichert, erscheinen weitere Buttons.

Button	Funktion
In reinen Text	entfernt alle HTML-Tags aus dem Vorlagentext

Button	Funktion
umwandeln	
Speichern unter	speichert die Vorlage unter einem anderen Namen und erstellt somit eine Kopie
Vorlage löschen	löscht die Vorlage

Aus der Liste der Vorlagen können zwei Aktionen gestartet werden – allerdings immer nur für den jeweils ausgewählten Newsletter:

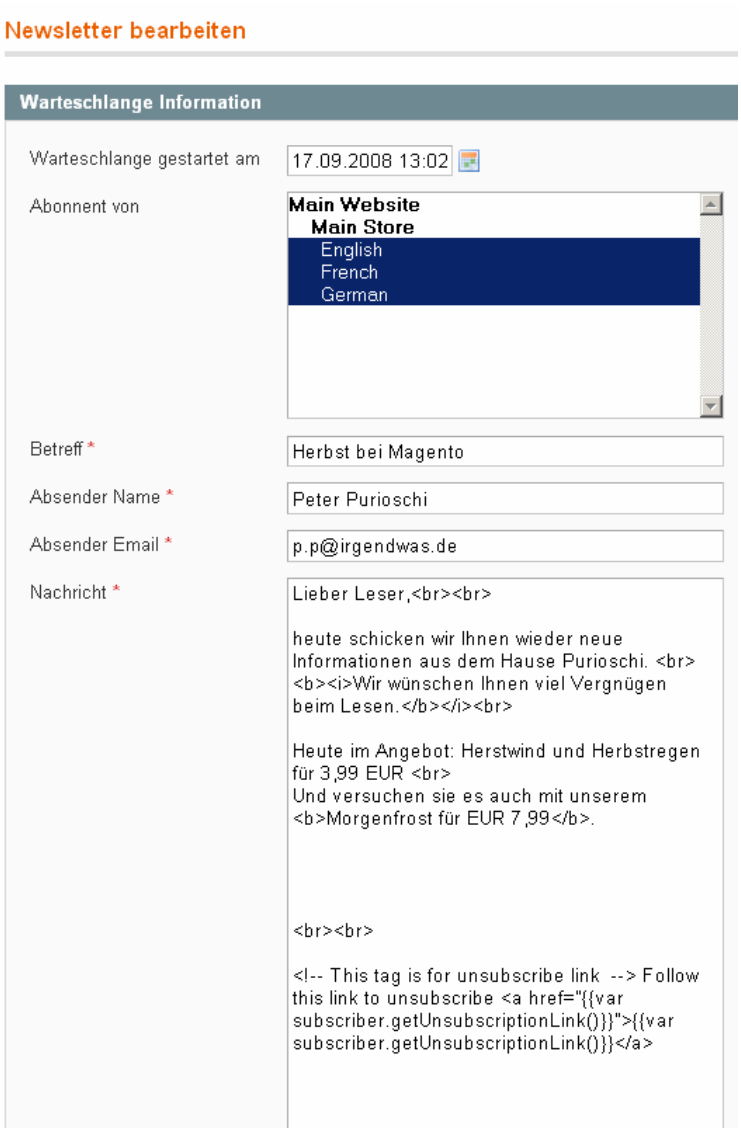


Mit „Warteschlange Newsletter“ wird die Vorlage in die Warteschlange gestellt, in der sie mit einem individuellen Text zu einem Newsletter gemacht wird.
Mit „Vorschau“ wird die Vorlage im Browser angezeigt.

10.2 Warteschlange

Im Untermenüpunkt „Warteschlange“ gibt es wie gewohnt eine sortier-, filter- und durchsuchbare Liste.

Als einzige Aktion kann man sich die Vorschau des fertigen Newsletters ansehen. Klickt man auf eine der Zeilen, gelangt man zu den Details des Newsletters:



Feld	Funktion
Warteschlange gestartet am	Timer für den automatischen Versand des Newsletters; bleibt das Feld leer, erfolgt der Versand sofort, ansonsten zum eingestellten Zeitpunkt
Abonnent von	Auswahl des StoreViews, an dessen Abonnenten der Newsletter versendet werden soll
Betreff	Betreff des Newsletters; aus der Vorlage übernommen; kann aber auch geändert werden
Absender Name	Name des Absenders des Newsletters; aus der Vorlage übernommen; kann aber auch geändert werden

Feld	Funktion
Absender Email	Mailadresse des Absenders; aus der Vorlage übernommen; kann aber auch geändert werden
Nachricht	Text des Newsletters; wird aus der Vorlage übernommen, kann aber auch geändert bzw. erweitert werden

Mit

wird der Newsletter versandfertig gemacht. In der Liste ist dann die Anzahl der Empfänger sichtbar. Bei einer umfangreichen Adressliste werden die Newsletter unter Umständen in mehreren kleineren Paketen versendet.

10.3 Anmeldungen

Alle Kunden, die den Newsletter abonniert haben, sind in der Liste der Anmeldungen enthalten. Die Liste bietet die bekannten Funktionen zum Sortieren, Filtern und Suchen. Die Liste der Abonnenten kann auch als csv- oder xml-Datei exportiert werden.

In dieser Liste erfolgt auch die Abmeldung von Abonnenten durch den Admin. Der oder die zu löschenden Personen müssen in der ersten Spalte markiert werden. In der Liste „Aktionen“ wird dann „abmelden“ gewählt und der Button „Abschicken“ gedrückt.

Der Kunde erhält dann den Status „unsubscribed“.

Typ	Kunde Vorname	Kunde Nachname	Status
Kunde	Peter	Pan	Unsubscribed
Kunde	Marion	Engel	Subscribed

Benutzer können sich als Kunde oder Gast zum Newsletter anmelden. Meldet er sich als Kunde nach dem Login an, muss er nicht seine bereits bekannte Mailadresse für den Newsletter verwenden, sondern kann auch eine andere Mailadresse angeben.

10.4 Problemreporte

In der Liste der Problemreporte werden alle Fehlerfälle gespeichert, die während des Versandes auftreten. Diese Liste enthält beispielsweise alle Bounces, d.h. Newsletter, die nicht zugestellt werden konnten. Die Liste bietet die bekannten Funktionen zum Sortieren, Filtern und Suchen.

11 System

In diesem Menü werden die Konfigurationseinstellungen vorgenommen. Dies erfolgt normalerweise nur einmal bei der Einrichtung des Shops. Redakteure werden zu diesem Menü also nur bedingt Zugang erhalten.

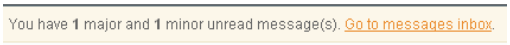
11.1 Mein Benutzerkonto

Hier sind die Daten des angemeldeten Benutzers hinterlegt. Sie können jederzeit geändert werden. Wird hier ein neuer Benutzername oder ein neues Passwort eingetragen, stehen diese bei der nächsten Anmeldung zur Verfügung.

11.2 Notifications

Unter dem Menüpunkt „Notifications“ hat man Zugriff auf Nachrichten, die vom System versendet werden. Es handelt sich meist um Informationen über neue Updates. Beim Öffnen des Back Ends erscheint ein Info-Fenster, das über neue Nachrichten informiert.

In der orangefarbenen Kopfzeile unterhalb der Menüleiste wird der Status der Inbox angezeigt. Dort findet man auch einen Link zur Inbox.



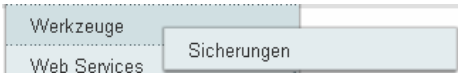
Die gefüllte Inbox sieht wie folgt aus:

Jede Nachricht wird in einer eigenen Zeile angezeigt. Dabei handelt es sich aber nicht um echte Nachrichten wie in einer Mailbox, sondern um Links auf die Magento-Website oder den Blog. Ungelesene Nachrichten sind dunkel hinterlegt, gelesene Mitteilungen haben einen weißen Hintergrund. Allerdings wechselt der Hintergrund nicht automatisch, sondern muss in der Spalte „Actions“ umgesetzt werden. In dieser Spalte gibt es die Optionen

- „Read Details“, mit der man zu den Details gelangt
- „Mark as Read“, wodurch der Hintergrund der Nachricht weiß wird
- „Remove“, wodurch die Nachricht nach Bestätigung der Sicherheitsabfrage gelöscht wird.

11.3 Werkzeuge

Allzu viele Werkzeuge bietet dieser Menüpunkt derzeit nicht. Einzig eine Sicherung kann hier vorgenommen werden.

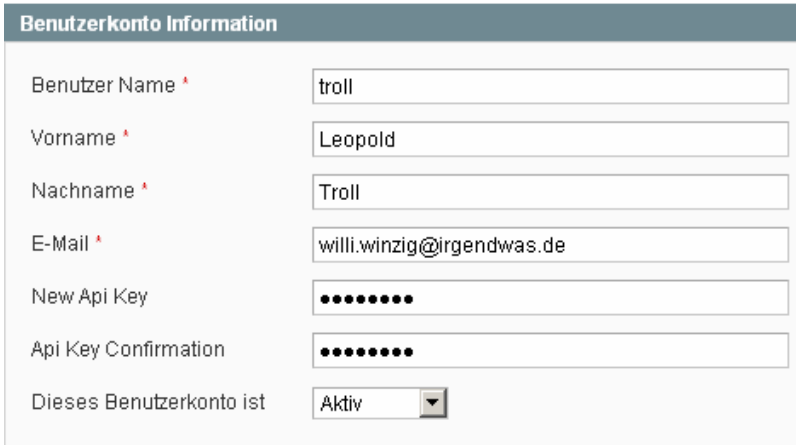


Die Sicherung wird über den Button Sicherung erstellen gestartet. Sobald die Sicherung erstellt ist, erscheint eine neue Zeile in der Tabelle. Die Sicherungsdatei kann anschließend über den „gz“-Link heruntergeladen und zum Aufbau einer neuen Datenbank verwendet werden.
Nicht mehr benötigte Sicherungen können über den „Löschen“-Link in der Spalte „Aktion“ gelöscht werden.

11.4 Web Services

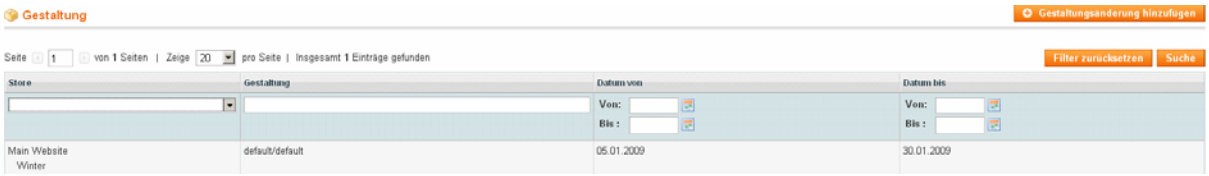
Im Menü „Web Services“ können neue Benutzer und Benutzergruppen zur Benutzung der Web Services angelegt werden.

Die Dialoge und Funktionen entsprechen dem Menüpunkt „Benutzer“, der weiter unten erklärt wird. Der einzige Unterschied liegt darin, dass hier anstelle des Passworts der Api Key eingegeben und bestätigt werden muss. Dieser Key wird zur Benutzung der Magento API benötigt.

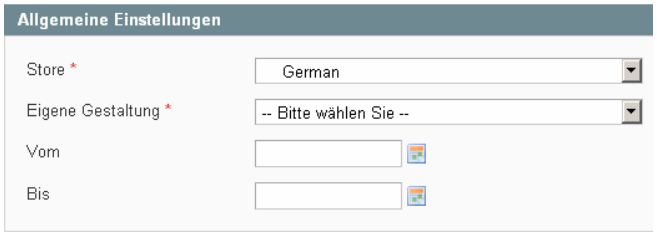


11.5 Gestaltung

Die Begriffe „Gestaltung“ und „Gestaltungsänderung“ sind sicher ein wenig unglücklich übersetzt. Im Original heißt es „Design“, was schon viel besser zeigt, worum es geht: nämlich um das Layout des Shops. Und dieses Layout kann in diesem Menüpunkt temporär verändert werden. So könnte der Shop beispielsweise im Winter mit Schneekristallen und im Sommer mit Sonnenblumen dekoriert werden.



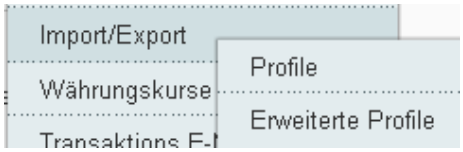
In der Übersicht werden die bereits eingestellten Designänderungen angezeigt. Ein neues Design wird über den Button Gestaltungsänderung hinzufügen eingefügt.



Feld	Funktion
Store	StoreView, für den das neue Design gelten soll
Eigene Gestaltung	Name des Layouts, das in der Konfiguration für den StoreView angelegt sein muss
Vom	Datum, ab dem das neue Design angezeigt werden soll; die Änderung tritt am Ende dieses Tages in Kraft
Bis	Datum, an dem das geänderte Design letztmalig angezeigt werden soll

11.6 Import/Export

Unter diesem Menüpunkt können Daten aus dem Shop exportiert oder in den Shop importiert werden.



Wenn die Profile, die standardmäßig zur Verfügung stehen, nicht ausreichen, können eigene Profile für Ex- und Importaufgaben angelegt werden. Allerdings reicht ein Back-End-Zugang für problemlose Im- und Exporte nicht aus. Deshalb sollte zumindest am Anfang ein Programmierer zu Rate gezogen werden.

11.7 Währungskurse verwalten

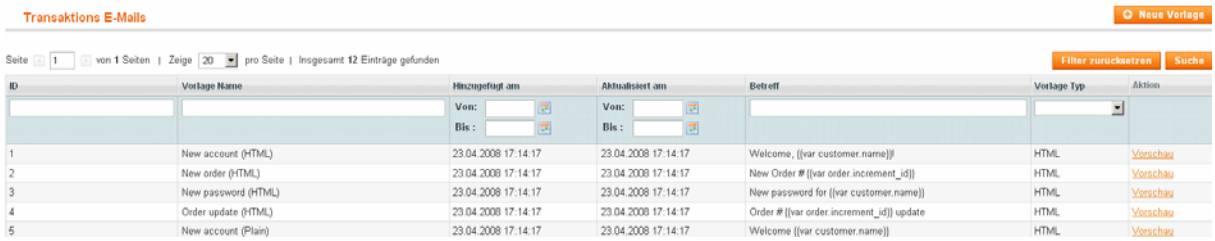
In diesem Menüpunkt können Währungskurse manuell aktualisiert werden. Dies ist natürlich nur für Shops mit unterschiedlichen Währungen relevant und sollte auf jeden Fall automatisiert geschehen.
In der Liste werden die zuletzt importieren Kurse der Währungen angezeigt, die im Shop zulässig sind.

Über wird der Import gestartet. Da der Webservicex stark ausgelastet ist, kann der Import eine Weile dauern. Wenn alle Kurse gelesen wurden, erscheint eine Meldung:

Das Speichern wird mit dem Button durchgeführt.

11.8 Transaktions E-Mails

Hier werden die Transaktionsmails formatiert, die nach bestimmten Aktionen der Benutzer verschickt werden.


Transaktions E-Mails
Neue Vorlage
Seite 1 von 1 Seiten | Zeige 20 pro Seite | Insgesamt 12 Einträge gefunden
Filter zurücksetzen
Suche
ID
Vorlage Name
Hinzugefügt am
Aktualisiert am
Betreff
Vorlage Typ
Aktion
Von:
Bis :
1 New account (HTML) 23.04.2008 17:14:17 23.04.2008 17:14:17 Welcome, {{var customer.name}}! HTML Vorschau
2 New order (HTML) 23.04.2008 17:14:17 23.04.2008 17:14:17 New Order # {{var order.increment_id}} HTML Vorschau
3 New password (HTML) 23.04.2008 17:14:17 23.04.2008 17:14:17 New password for {{var customer.name}} HTML Vorschau
4 Order update (HTML) 23.04.2008 17:14:17 23.04.2008 17:14:17 Order # {{var order.increment_id}} update HTML Vorschau
5 New account (Plain) 23.04.2008 17:14:17 23.04.2008 17:14:17 Welcome {{var customer.name}} HTML Vorschau

Per Klick auf eine Zeile werden die Details angezeigt.

Feld	Funktion
Vorlage Name	Name der Vorlage, der in den Auswahllisten in den Konfigurationsdialogen erscheint
Vorlage Betreff	Betreff der Mail
Vorlage Inhalt	Inhalt der Mail als html-Code, der Variable für benutzerspezifische Daten in der Form {{var viewOnSiteLink}} enthalten kann.

Die bestehenden Vorlagen können angepasst werden. Über Vorschau Vorlage wird der Text der Mail formatiert angezeigt.

Über In reinen Text umwandeln wird der Text der Mail ohne html-Tags angezeigt. Sende HTML Version zurück macht diesen Schritt wieder rückgängig. Sind die Änderungen in Ordnung, wird das Template mit Vorlage speichern gespeichert.

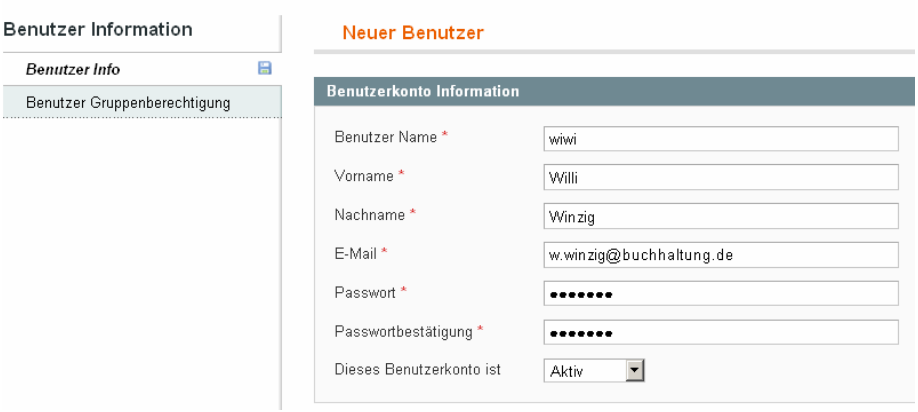
Eine neue Vorlage wird mit dem Button Neue Vorlage erstellt. Neue Vorlagen müssen aber immer auf einer Standardvorlage und einer Lokalisierung beruhen, die zunächst geladen werden muss.

Auf dieser Grundlage kann der Text wie oben beschrieben geändert werden.
Die hier angepassten Templates müssen im Konfigurationsmenü explizit zugewiesen werden. Andernfalls werden die Standard-Templates verwendet.

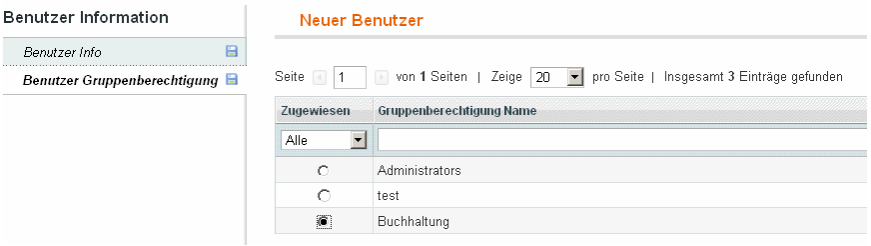
11.9 Berechtigungen

Im Menü „Berechtigungen“ können neue Benutzer und Benutzergruppen angelegt werden.

Ein neuer Benutzer wird im Untermenü „Benutzer“ über den Button Neuer Benutzer angelegt. Das Untermenü „Benutzer Information“ enthält zwei Bereiche. Die Benutzerdaten werden im Bereich „Benutzer Info“ eingetragen.

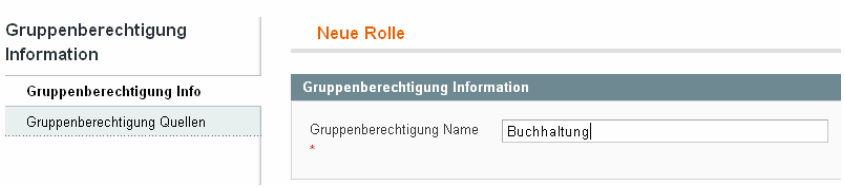


Der Benutzername und die E-Mail müssen eindeutig sein.
Im Bereich „Benutzer Gruppenberechtigung“ erfolgt die Zuordnung des Benutzers zu einer Benutzergruppe.

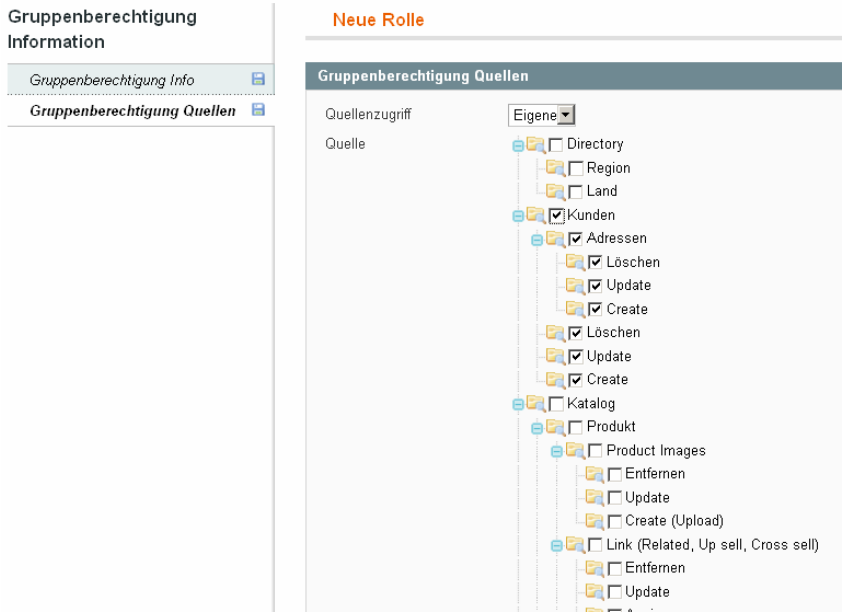


Jeder Benutzer muss genau einer Benutzergruppe zugeordnet werden.
Mit dem (schlecht beschrifteten) Button Benutzer seichern wird der Benutzer gespeichert.

Eine neue Gruppe wird im Untermenü „Gruppenberechtigungen“ über den Button Neue Rolle angelegt. Zunächst muss unter „Gruppenberechtigung Info“ der Name der Gruppe eingetragen werden.

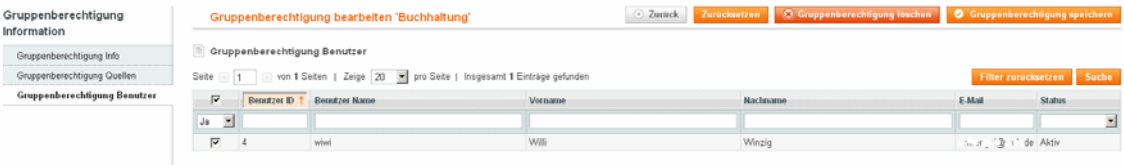


Unter „Gruppenberechtigung Quellen“ wird festgelegt, auf welche Menüs und Unterpunkte diese Gruppe zugreifen kann. Diese sind in der Baumstruktur enthalten und können einzeln oder gemeinsam markiert werden.

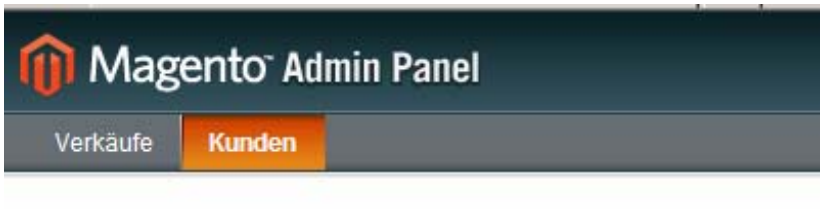


Zum Schluss werden alle Angaben mit

gesichert.
Sobald einer Gruppenberechtigung Benutzer zugeordnet sind, erscheint ein zusätzlicher Eintrag im Menü, über den die Liste der zugeordneten Benutzer erreichbar ist.



Die Gruppenberechtigung bestimmt das Aussehen der Menüleiste, die der Benutzer nach der Anmeldung sieht.
So verfügt das Back-End der Buchhaltung nur über 2 Menüpunkte:

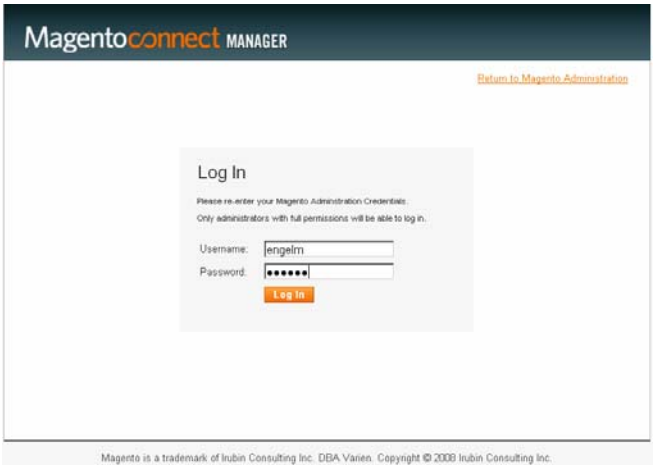


Benutzer und Gruppen können über die jeweiligen Löschen-Buttons in der Detailansicht gelöscht werden. Eine Gruppenberechtigung kann immer gelöscht werden, auch wenn ihr noch Benutzer zugeordnet sind. Es erfolgt keine separate Warnung oder gar ein Verbot des Löschens. Die Benutzer, denen nach dem Löschen die Zuordnung zu einer Benutzergruppe fehlt, können sich nicht mehr am Back End anmelden. Deshalb sollten sie vor dem Löschen einer neuen Benutzergruppe zugeordnet oder ebenfalls gelöscht werden.

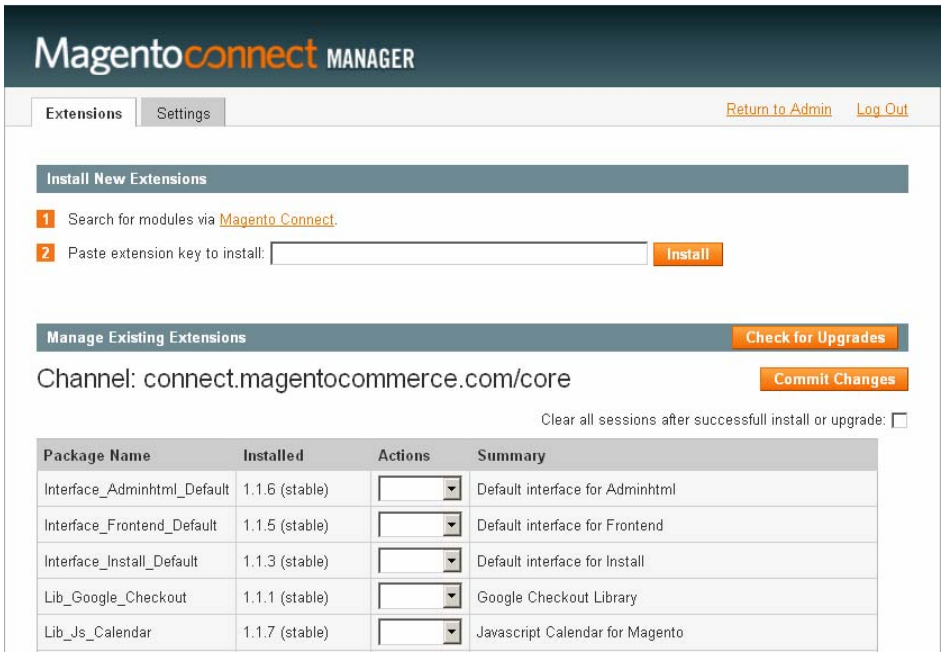
11.10 Magento Connect

Im Menü „Magento Connect“ werden Extensions verwaltet und installiert.

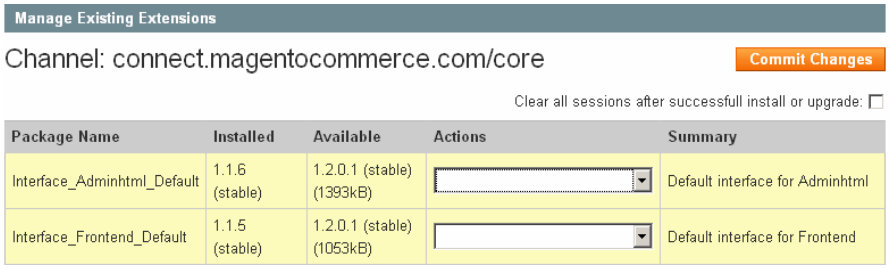
Der Magento Connect Manager hilft bei der Installation neuer Extensions und Bugfixes, die von Varien zur Verfügung gestellt werden. Hierfür ist ein separates Login erforderlich, das aber die gleichen Logindaten wie der Admin-Bereich verwendet.


Magentoconnect MANAGER
Return to Magento Administration
Log In
Please re-enter your Magento Administration Credentials.
Only administrators with full permissions will be able to log in.
Username:
engelm
Password:
Log In
Magento is a trademark of Irubin Consulting Inc. DBA Varien. Copyright © 2008 Irubin Consulting Inc.

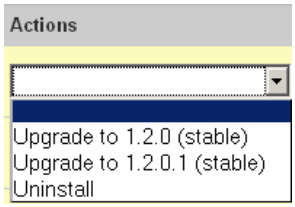
Der Magento connect Manager zeigt auf der Registerkarte „Extensions“ die derzeit installierten Erweiterungen.



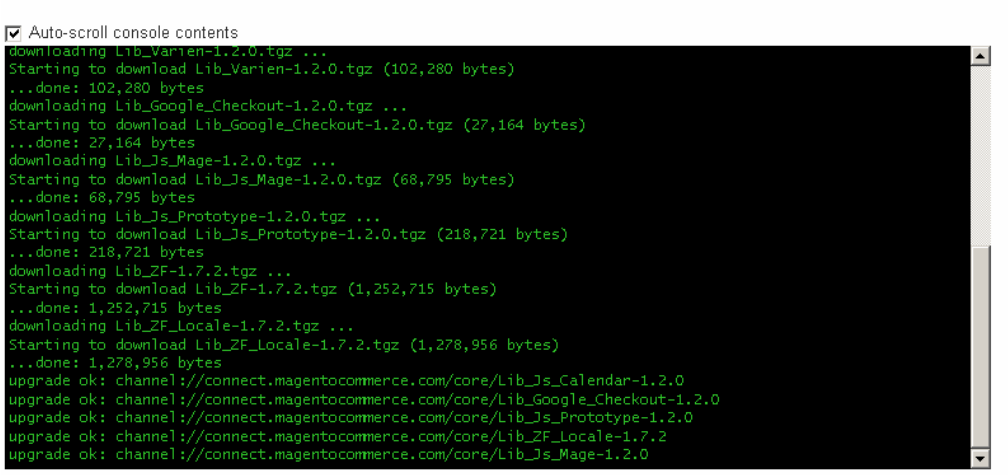
Über den Button Check for Upgrades wird die Suche nach neuen Versionen gestartet. Sobald die Suche abgeschlossen ist, werden alle Pakete, zu denen es neue Versionen gibt, gelb hinterlegt.



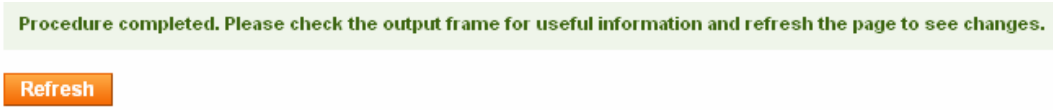
In der Spalte „Actions“ kann nun der nächste gewünschte Installationsschritt aus der Liste ausgewählt werden:



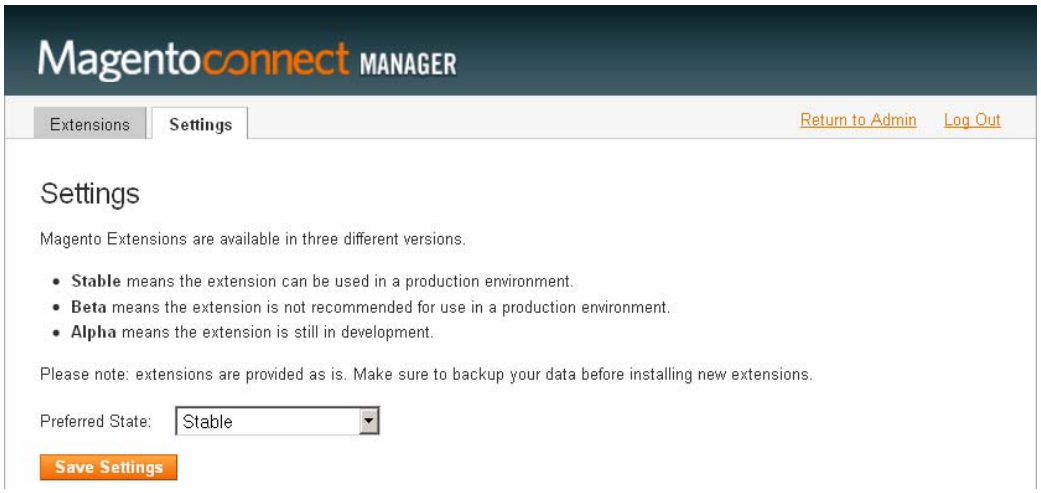
Sind alle Zielversionen ausgewählt, wird die Installation mit dem Button Commit Changes gestartet. Im unteren Bildschirmbereich erscheint daraufhin eine schwarze Box, in der während der Installation mit grüner Schrift Fortschrittsmeldungen gezeigt werden.



Sobald die Installation abgeschlossen ist, erscheint unterhalb der schwarzen Box eine Meldung und ein neuer Button.



Drückt man den Refresh-Button, wird die Liste der installierten Updates aktualisiert. Auf der Registerkarte „Settings“ kann der bevorzugte Status der Updates eingestellt werden. Nur stabile Versionen werden für die produktive Verwendung empfohlen. Beta-Versionen sollten nur in Testumgebungen installiert werden, und Alpha-Versionen befinden sich derzeit noch in Entwicklung.


Magentoconnect MANAGER
Extensions
Settings
Return to Admin
Log Out
Settings
Magento Extensions are available in three different versions.
Stable means the extension can be used in a production environment.
Beta means the extension is not recommended for use in a production environment.
Alpha means the extension is still in development.
Please note: extensions are provided as is. Make sure to backup your data before installing new extensions.
Preferred State:
Stable
Save Settings

Bevor in einem laufenden Shop neue Versionen installiert werden, sollte auf jeden Fall eine Datensicherung angelegt werden. Noch besser ist es, wenn neue Versionen erst auf einer Testumgebung installiert und die Funktionen des Shops getestet werden, bevor die Live-Umgebung verändert wird.

Über den Link „Return to Admin“ oben rechts im Dialog gelangt man zur Startseite des Back-Ends zurück. Über den Link „Log Out“ gelangt man wieder zum Login-Dialog für Magento Connect.
Unter dem Menüpunkt „Package Extensions“ können bestehende Module erweitert werden. Dieser Bereich ist somit nur für Entwickler interessant.

11.11 Cache Management

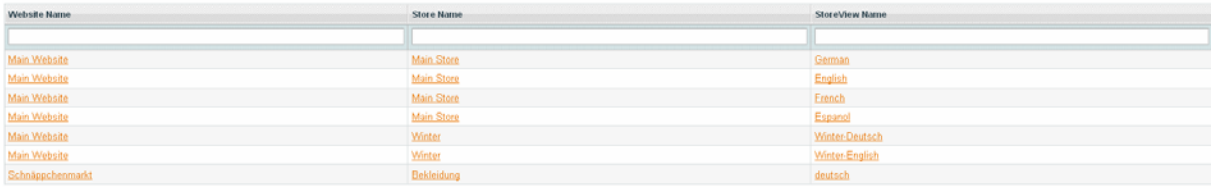
Das Cache Management ist nützlich, wenn eine umfangreiche Pflege der Katalogdaten stattgefunden hat. Dann sollten im Bereich „Katalog“ die Caches und Indizes neu aufgebaut werden.

Stellt man beispielsweise fest, dass die Suche keine Ergebnisse mehr liefert, so hilft es meisten, den Button „Rebuild“ in der Zeile „Search Index“ zu drücken.
Im oberen Teil unter „Cache Control“ können die Einstellungen für den Cache gesetzt werden.

Während der Entwicklung sollte das Cache Management deaktiviert werden. Später können die Änderungen auch auf einzelne Bereiche begrenzt werden.

11.12 Stores verwalten

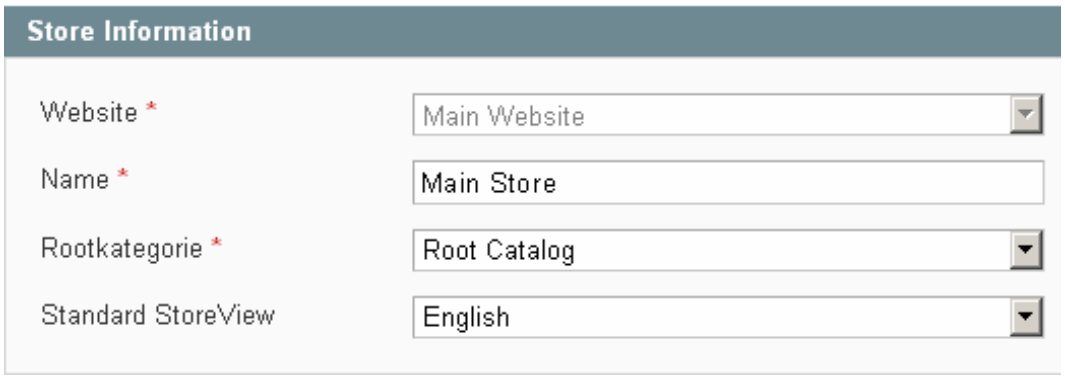
Unter diesem Menüpunkt werden unterschiedliche Shops verwaltet. Dabei ist zwischen Websites, Stores und StoreViews zu unterscheiden.



Bei StoreViews handelt es sich um unterschiedliche Sprachen eines Shops, die in der Drop-Down-Liste im Front-End ausgewählt werden können.

Feld	Funktion
Store	Name der Website, zu der der StoreView gehört
Name	Name des StoreViews, der in der Liste erscheint
Code	interne Bezeichnung, die nur aus Kleinbuchstaben und einem _ bestehen darf
Status	Hier kann der StoreView aktiviert oder deaktiviert werden.
Reihenfolg	Die Reihenfolge, in der die Sprachen in der Liste erscheinen, wird über das Feld „Reihenfolg“ gesteuert. Die erste Sprache erhält den Wert 0.

Die Auswahl zwischen unterschiedlichen Stores erfolgt im Standard-Layout in der Fußzeile:

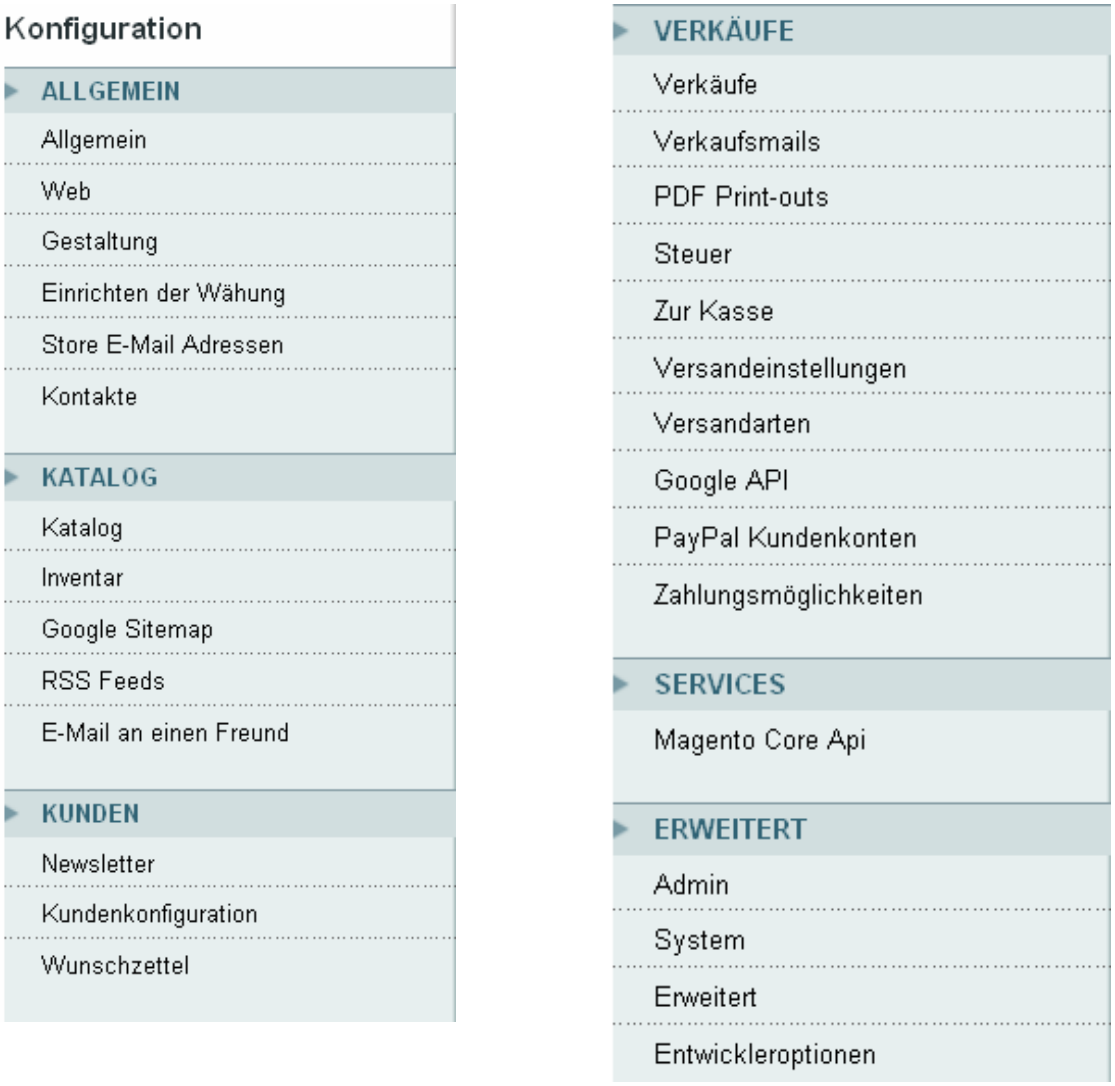


Feld	Funktion
Website	Name der Website, zu der der Store gehört
Name	Name des Stores, der in der Liste erscheint
Rootkategorie	Startknoten des Stores
Standard StoreView	StoreView, der beim Öffnen des Shops als erstes angezeigt wird

Sollen verschiedene Websites mit unterschiedlichen URLs betrieben werden, so sind weitere Anpassungen erforderlich, die allerdings nicht mehr im Back-End vorgenommen werden können.

11.13 Konfiguration

Der Menüpunkt „Konfiguration“ bietet eine sehr umfangreiche Unternavigation mit unterschiedlichen Einstellungsmöglichkeiten.



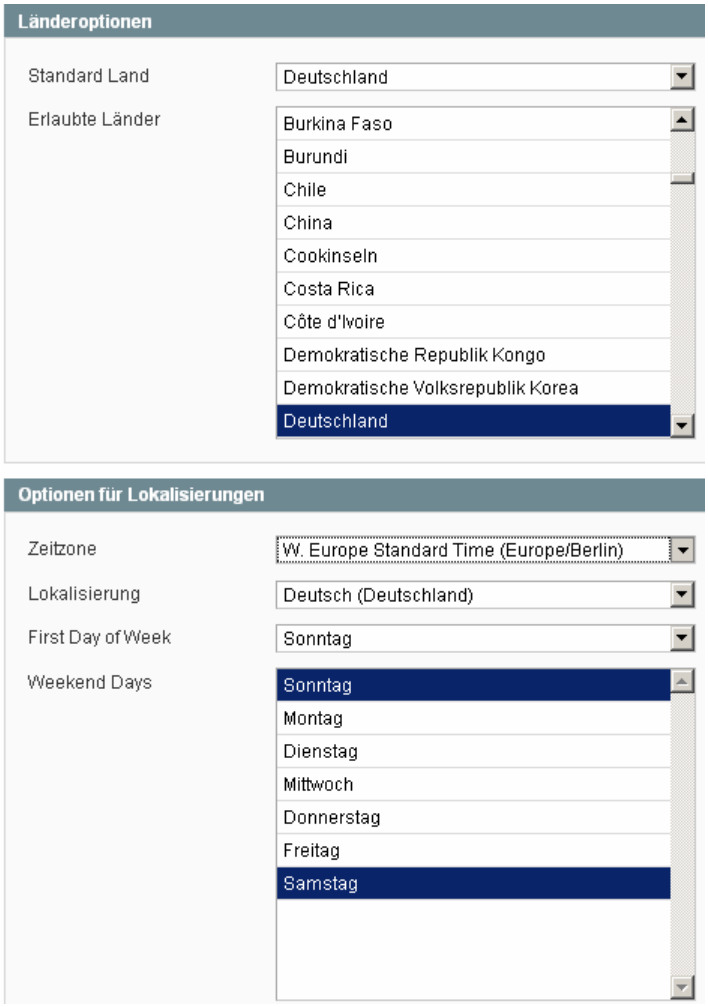
Oberhalb des Menüs befindet sich die Auswahl des Konfigurationsbereichs:

Zunächst sollte die Standardkonfiguration festgelegt werden. Danach können für die einzelnen StoreViews Ausnahmen definiert werden.

Änderungen werden immer mit dem Button gespeichert.

11.13.1 Allgemein - Allgemein

Hier müssen die länderspezifischen Einstellungen vorgenommen werden.



Feld	Funktion
Standard Land	Das hier ausgewählte Land wird in allen Länderlisten als Default-Wert angezeigt, z.B. bei der Registrierung:
Erlaubte Länder	Die hier ausgewählten, blau hinterlegten Länder (Mehrfachauswahl bei gedrückter STRG-Taste) stehen in Länderfeldern zur Verfügung.

Feld	Funktion
Zeitzone	Hier wird die Zeitzone für die Systemuhr eingestellt.
Lokalisierung	Auswahl der Sprache und des Landes
First Day of Week	Auswahl des ersten Tages der Woche
Weekend Days	Auswahl der Tage des Wochenendes

11.13.2 Allgemein - Web

Hier werden einmalig grundlegende Einstellungen zu URLs und Zugangsmöglichkeiten vorgenommen.

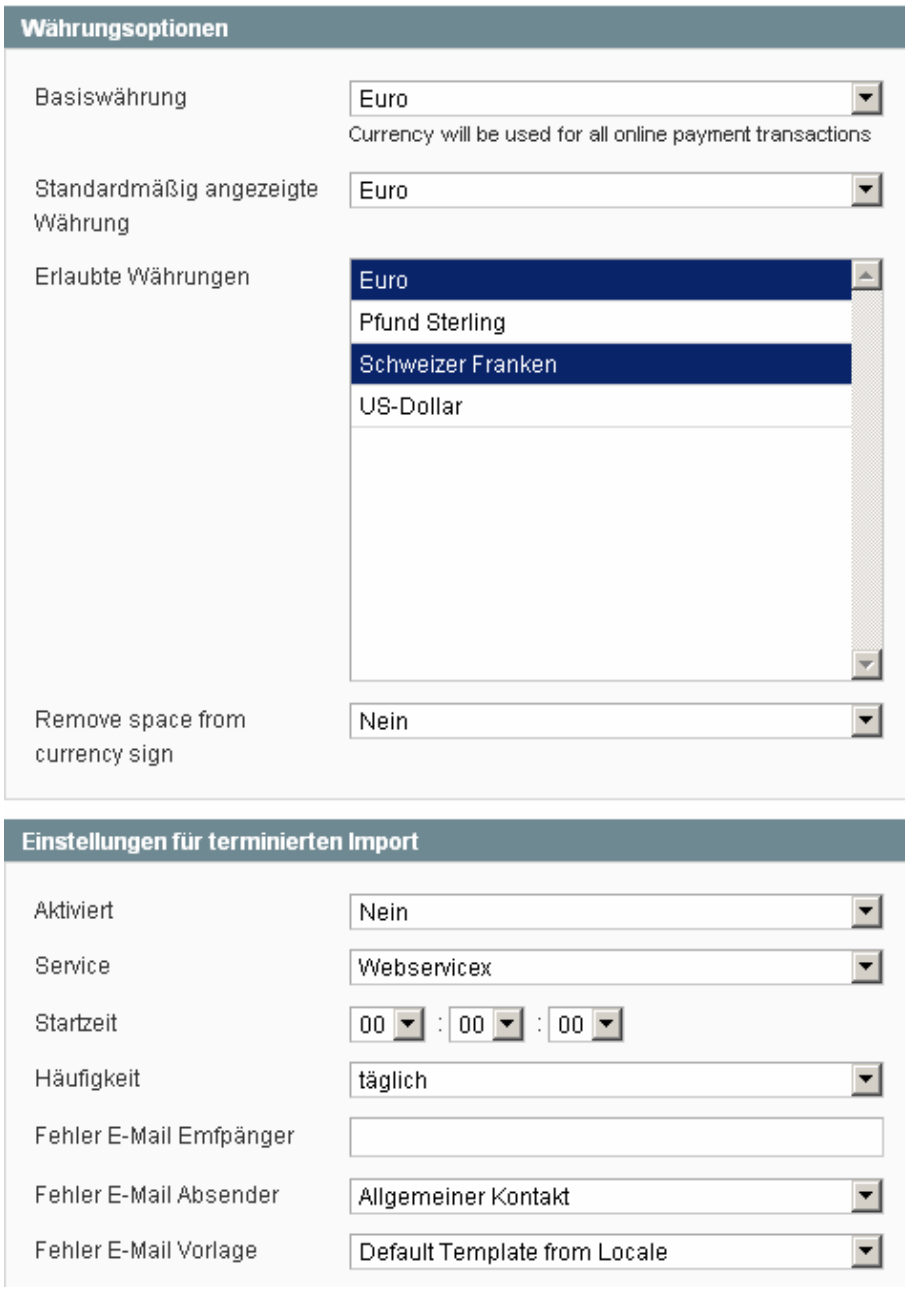
11.13.3 Allgemein - Gestaltung

In diesem Bereich können individuelle Layouts angelegt werden.

Die dafür benötigten Dateien können allerdings nicht alle im Back-End hochgeladen werden.

11.13.4 Allgemein - Einrichtung der Währung

In diesem Menüpunkt werden die Einstellungen zu den Währungen im Back-End und im Front-End vorgenommen.



Feld	Funktion
Basiswährung	Die hier ausgewählte Währung wird für die Pflege der Preise im Back-End verwendet. Die Basiswährung kann ausschließlich bei der Standardkonfiguration angelegt werden und gilt für alle Websites, Stores und StoreViews, die über das betreffende Back-End verwaltet werden.
Standardmäßig	In dieser Währung werden die Preise im Front-End

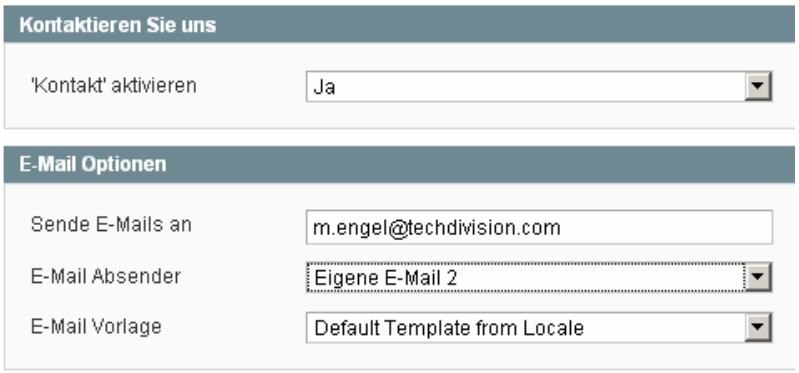
Feld	Funktion
angezeigte Währung	angezeigt. Für die einzelnen Stores und StoreViews können voneinander abweichende Währungen verwendet werden. Die Umrechnung aus der Basiswährung in eine andere Währung wird automatisch vorgenommen.
Erlaubte Währungen	Liste der Währungen, die im System verwendet werden dürfen; erlaubt sind immer nur die blau hinterlegten Währungen; Damit eine Währung in der Liste erscheint, muss sie unter Erweitert – System – Currency installiert werden.
Remove space from currency sign	Hier wird festgelegt, ob zwischen dem Betrag und dem Währungskürzel ein Leerzeichen stehen soll oder nicht. „Ja“ entfernt das Leerzeichen 447,99SFr. , “Nein” fügt es ein 447,99 SFr. .
Einstellungen für terminierten Import	
Aktiviert	Hier wird festgelegt, ob die Wechselkurse automatisch importiert und aktualisiert werden sollen.
Service	Auswahl des Importdienstes; derzeit nur Webservicex möglich
Startzeit	Startzeit des ersten Imports im Format hh:mm:ss
Häufigkeit	Auswahl der Häufigkeit des Imports mit den Optionen täglich, wöchentlich, monatlich
Fehler E-Mail Empfänger	Mailadresse, an die Fehlermeldungen aus dem Import gesendet werden
Fehler E-Mail Absender	Auswahl einer Absender-E-Mail-Adresse
Fehler E-Mail Vorlage	Auswahl einer Vorlage für die Fehlermail

11.13.5 Allgemein - Store E-Mail Adressen

Hier können 5 verschiedene E-Mail-Absender und –Adressen ausgewählt werden, die den unterschiedlichen Mails, die aus dem System heraus versandt werden, als Absender zugewiesen werden können.

11.13.6 Allgemein - Kontakte

Hier wird das allgemeine Kontaktformular verwaltet.

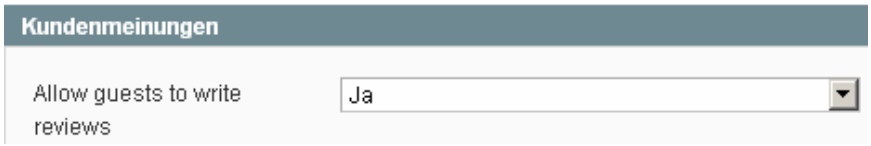


Feld	Funktion
‚Kontakt' aktivieren	Steuert die Verfügbarkeit des Kontaktformulars; „Ja" zeigt den Link „Kontaktieren Sie uns" in der Fußzeile des Shops an: , „Nein" entfernt den Link:
Sende E-Mails an	Empfänger der Anfragen, die über das Kontaktformular eingehen
E-Mail Absender	Auswahl eines der 5 vorher angelegten Absender, der in der

Feld	Funktion
	„Von“-Zeile der Mail genannt wird
E-Mail Vorlage	Möglichkeit zur Auswahl eines besonderen Templates für die Mail

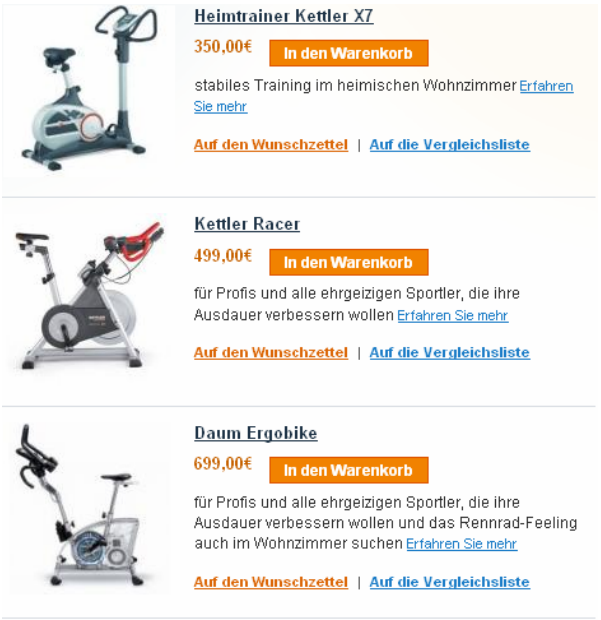
11.13.7 Katalog - Katalog

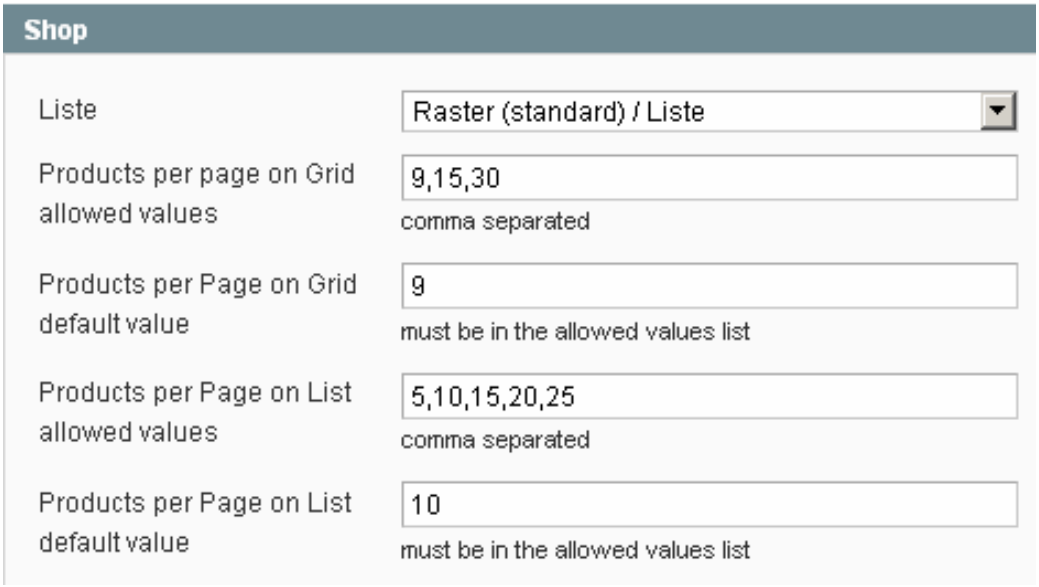
Unter diesem Menüpunkt werden etliche Details festgelegt, die das Aussehen des Front-Ends steuern.



Hier kann man steuern, ob Produktbewertungen nur von eingeloggten Benutzern erfolgen dürfen oder ob auch Gäste Produkte bewerten dürfen. Steht „Allow guests to write reviews“ auf „Ja“, so wird die Bewertung sofort zur internen Prüfung gespeichert. Wird „Nein“ ausgewählt, so erscheint nach dem Absenden der Bewertung der Login-Dialog, in dem sich der Benutzer anmelden oder neu registrieren kann.
Unter der Überschrift „Shop“ werden die Übersichtsseiten einer Kategorie konfiguriert. Unter Gitter, Raster oder grid wird folgende Darstellung verstanden:

Als Liste werden die Produkte wie folgt angezeigt:

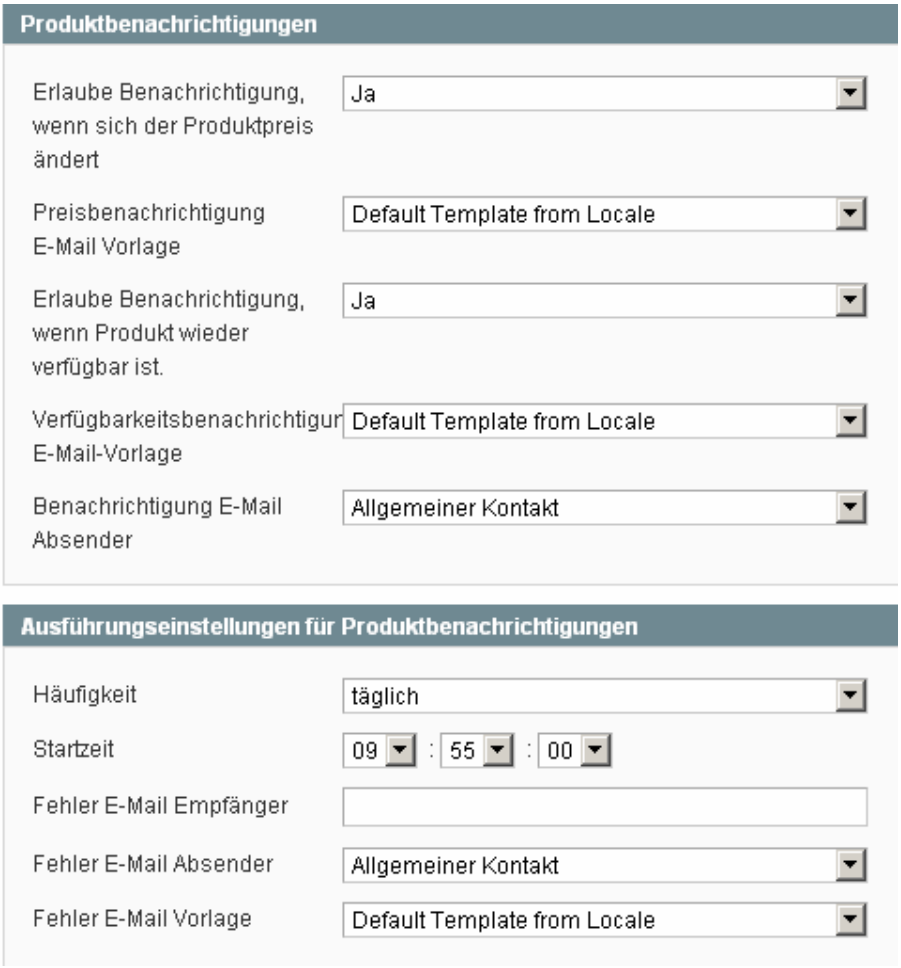

Heimtrainer Kettler X7
350,00€
In den Warenkorb
stabiles Training im heimischen Wohnzimmer Erfahren Sie mehr
Auf den Wunschzettel | Auf die Vergleichsliste
Kettler Racer
499,00€
In den Warenkorb
für Profis und alle ehrgeizigen Sportler, die ihre Ausdauer verbessern wollen Erfahren Sie mehr
Auf den Wunschzettel | Auf die Vergleichsliste
Daum Ergobike
699,00€
In den Warenkorb
für Profis und alle ehrgeizigen Sportler, die ihre Ausdauer verbessern wollen und das Rennrad-Feeling auch im Wohnzimmer suchen Erfahren Sie mehr
Auf den Wunschzettel | Auf die Vergleichsliste



Feld	Funktion
Liste	Hier wird die Darstellung der Artikel auf der Kategorie-Startseite und in den Suchergebnissen festgelegt. Die Optionen sind: Nur Raster Nur Liste Raster (standard) / Liste Liste (Standard) / Gitter Wird eine der beiden ersten Optionen gewählt, so gibt es nur eine Darstellungsmöglichkeit. Ansonsten kann der Benutzer zwischen beiden Formen wählen:

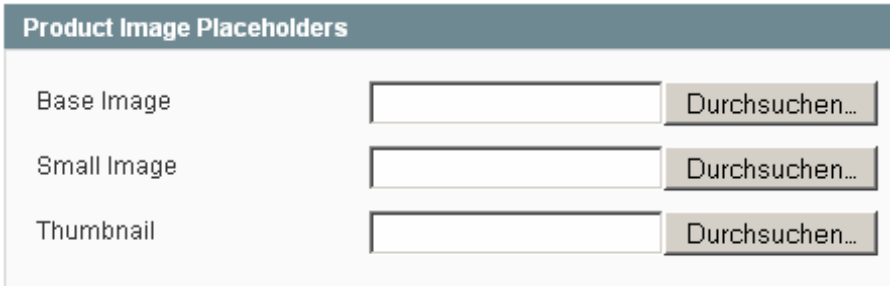
Feld	Funktion
	Die als Standard gewählte Darstellungsform ist vorausgewählt und wird in Fettschrift angezeigt. Die andere Variante ist als Link enthalten und kann vom Benutzer ausgewählt werden. Schaltet der Benutzer die Ansicht manuell um, so wird diese Einstellung so lange beibehalten, bis er sie erneut ändert oder aber den Shop verlässt und den Browser schließt.
Products per page on Grid allowed values	Hier können – getrennt durch ein Komma, aber ohne Leerzeichen – die Werte eingegeben werden, die in der Liste erscheinen, in der die Menge an Produkten pro Seite eingestellt werden kann: Da im Gitter/Raster 3 Produkte pro Zeile angezeigt werden können, sollten die Werte jeweils durch 3 teilbar sein. Der Wert „Alle“ wird automatisch zugesteuert. Auch hier gilt: Wählt der Benutzer einen anderen Wert als den Standard, so wird dieser so lange beibehalten, bis der Benutzer den Shop verlässt oder den Wert erneut ändert.
Products per Page on Grid default value	Hier wird der Wert ausgewählt, der beim ersten Besuch im Shop verwendet wird. Hier kann selbstverständlich nur ein Wert eingetragen werden, der in der darüber stehenden Liste enthalten ist.
Products per Page on List allowed values	Wie beim Grid werden hier die Werte eingetragen, die der Benutzer in der Listenansicht wählen kann, um die Anzahl an Produkten pro Seite zu beschränken.
Products per Page on List default value	Wie beim Grid wird hier der Standardwert für die Anzahl der Produkte in der Liste eingetragen.

In den nächsten beiden Bereichen werden die Produktbenachrichtigungen konfiguriert. Die dabei verwendeten Felder kommen auch in anderen Dialogen vor und werden nicht doppelt beschrieben.



Für jede aktivierte Benachrichtigung wird ein Link in die Produktdetails eingefügt, mit dem der Benutzer die Benachrichtigung aktivieren kann.

Die Verfügbarkeitsbenachrichtigung ist nur dann sichtbar, wenn der Artikel ausverkauft ist.



Hier können für die verschiedenen Bildertypen Default-Bilder hinterlegt werden, die angezeigt werden, wenn es keine produktspezifischen Bilder gibt. Der Upload erfolgt über einen Datei-Explorer direkt im Back-End.
Nachdem ein Bild hochgeladen wurde, wird es als Vorschau angezeigt. Zusätzlich wird ein Kästchen eingeblendet, über das das Bild wieder gelöscht werden kann. Zum Löschen muss das Kästchen markiert und die Konfiguration gespeichert werden.

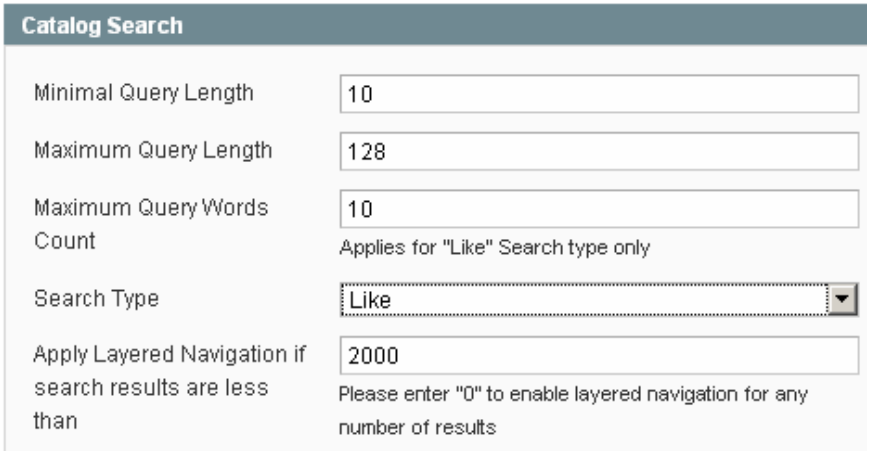
Im nächsten Bereich werden einige Boxen der Randspalte formatiert.

Feld	Funktion
Show for Current	Legt den Wirkungsbereich der nachfolgend festgelegten Werte fest. Zur Auswahl stehen Website, Shop und StoreView.
Default Recently Viewed Products count	Legt fest, wie viele Produkte in der Liste „Zuletzt angesehene Artikel“ angezeigt werden.
Default Recently Compared Products count	Legt fest, wie viele Produkte in der Liste „Zuletzt verglichene Artikel“ angezeigt werden.

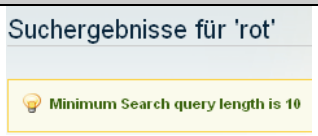
Feld	Funktion
	 Artikel werden erst in diese Liste aufgenommen, nachdem sie von der Vergleichsliste gelöscht wurden.

Im Bereich „Preis“ kann die Gültigkeit der Preise auf eine Website eingeschränkt oder für global gültig erklärt werden.

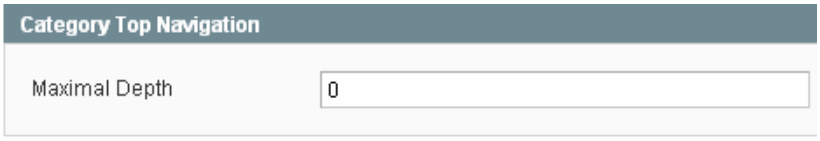
Die Einstellung ist im Produktbereich neben den Eingabefeldern für den Preis erkennbar.



Feld	Funktion
Minimal Query Length	Dieser Wert legt fest, wie viele Zeichen ein Suchbegriff mindestens enthalten muss, damit eine Suche durchgeführt wird. Ist der Suchbegriff kürzer, erscheint eine Fehlermeldung.

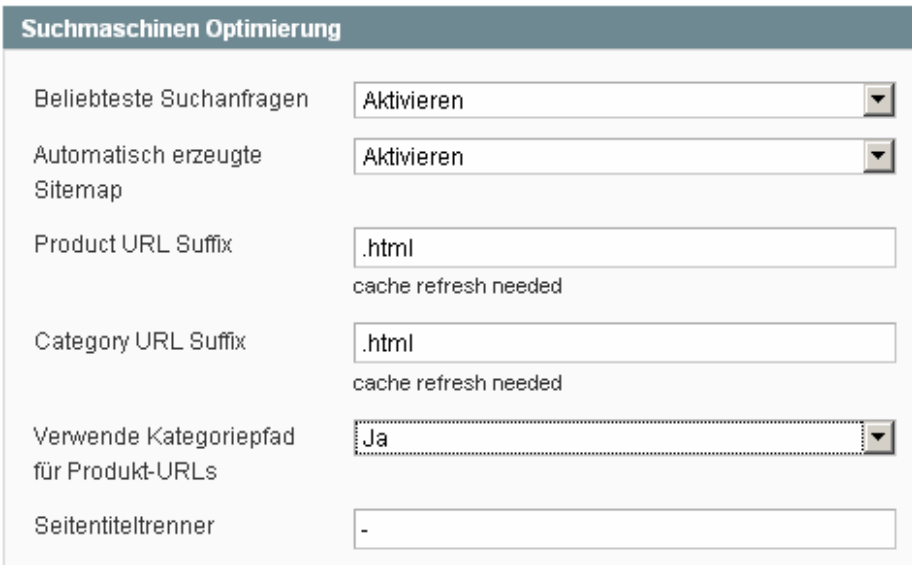
Feld	Funktion
	
Maximum Query Length	Dieser Wert legt fest, wie viele Zeichen aus einem Suchbegriff maximal berücksichtigt werden. Die Suche wird zwar auf jeden Fall durchgeführt, längere Begriffe (wie „Adventswochenende“ im Beispiel) werden jedoch abgeschnitten.
Maximum Query Words Count	Dieser Wert legt fest, wie viele Wörter aus einem Suchstring maximal berücksichtigt werden. Die Suche wird zwar auf jeden Fall durchgeführt, überzählige Wörter werden allerdings abgeschnitten und für die Suche nicht berücksichtigt.
Search Type	Hier wird festgelegt, wie mehrere Suchbegriffe verknüpft werden. Like: UND-Verknüpfung, d.h. es werden nur die Produkte angezeigt, bei denen alle Suchbegriffe vorkommen. Fulltext: ODER-Verknüpfung, d.h. es werden alle Produkte angezeigt, bei denen mindestens ein Suchbegriff vorkommt Combine: kombiniert beide oben beschriebenen Ansätze
Apply Layered Navigation if search results are less than	Hier wird gesteuert, ob die Layered Navigation immer bei den Suchergebnissen angezeigt werden soll (dann 0 eintragen), oder ob sie ab einer bestimmten Anzahl an Ergebnissen ausgeblendet werden soll. Dieser Wert muss dann eingetragen werden.

Im Bereich „Category Top Navigation“ kann eingestellt werden, wie viele Unterebenen in der Navigationsleiste angezeigt werden.

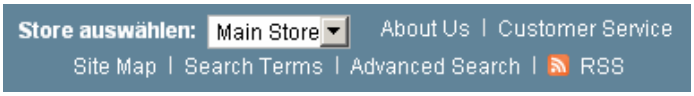
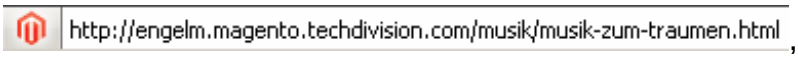


Sollen alle vorhandenen Ebenen sichtbar sein, so kann das Feld leer gelassen oder mit 0 befüllt werden.

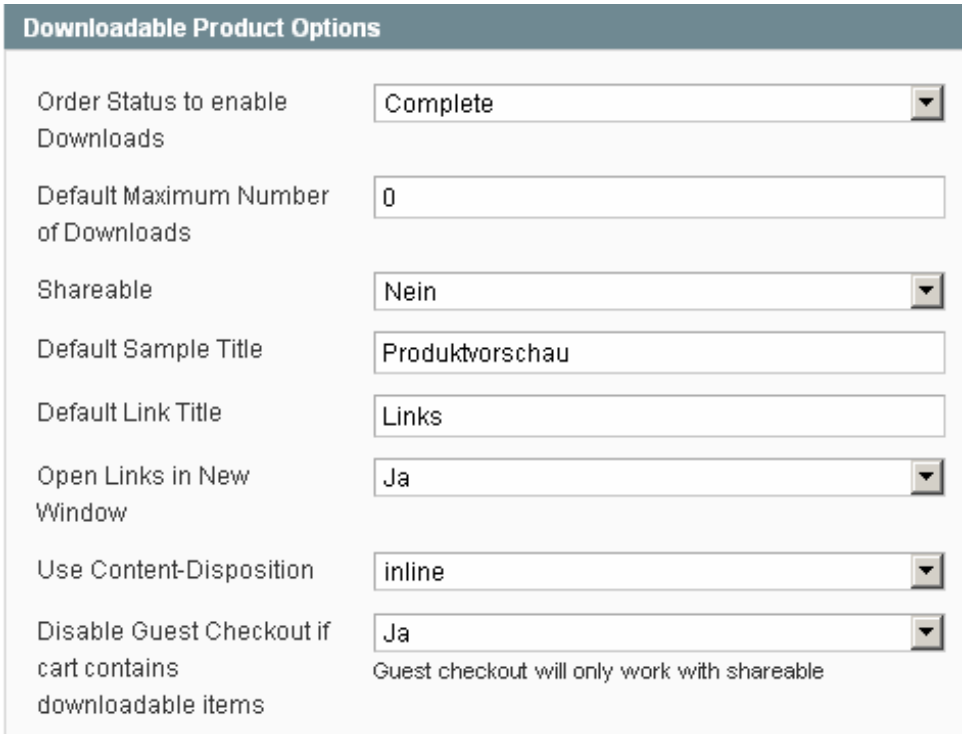
Der nächste Bereich befasst sich mit der Suchmaschinen-Optimierung.

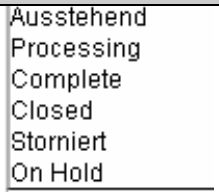


Feld	Funktion
Beliebteste Suchanfragen	Hier kann eingestellt werden, ob der Link „Search Terms“ in der Fußzeile auf eine Seite mit den beliebtesten Suchanfragen (= Aktivieren) oder auf eine Fehlerseite (= Deaktivieren) führen soll. In letzterem Fall müssen dann noch Änderungen im Code vorgenommen werden, damit der kaputte Link nicht angezeigt wird.
Automatisch	Hier kann eingestellt werden, ob der Link „Site Map“ in der

Feld	Funktion
erzeugte Sitemap	Fußzeile  auf eine Sitemap (= Aktivieren) oder auf eine Fehlerseite (= Deaktivieren) führen soll. In letzterem Fall müssen dann noch Änderungen im Code vorgenommen werden, damit der kaputte Link nicht angezeigt wird.
Product URL Suffix	Hier kann die Dateiendung für Produkt-URLs festgelegt werden. Diese Endung wird für alle Produkte verwendet, die in Zukunft angelegt werden. Bestehende URLs werden nicht mehr geändert.
Category URL Suffix	wie oben, jedoch für die Startseite einer Kategorie
Verwende Kategoriepfad für Produkt-URLs	Hier wird festgelegt, ob die Kategorie in die URL aufgenommen werden soll oder nicht. Aus dem Pfad wird bei der Option „Ja“ die URL:  , bei der Option „Nein“ die URL:
Seitentiteltrenner	Hier wird das Trennzeichen festgelegt, mit denen die verschiedenen Kategorie-Ebenen in den Browser-Tabs und in der Task-Leiste getrennt werden:

Im letzten Abschnitt werden die Download-Produkte konfiguriert.

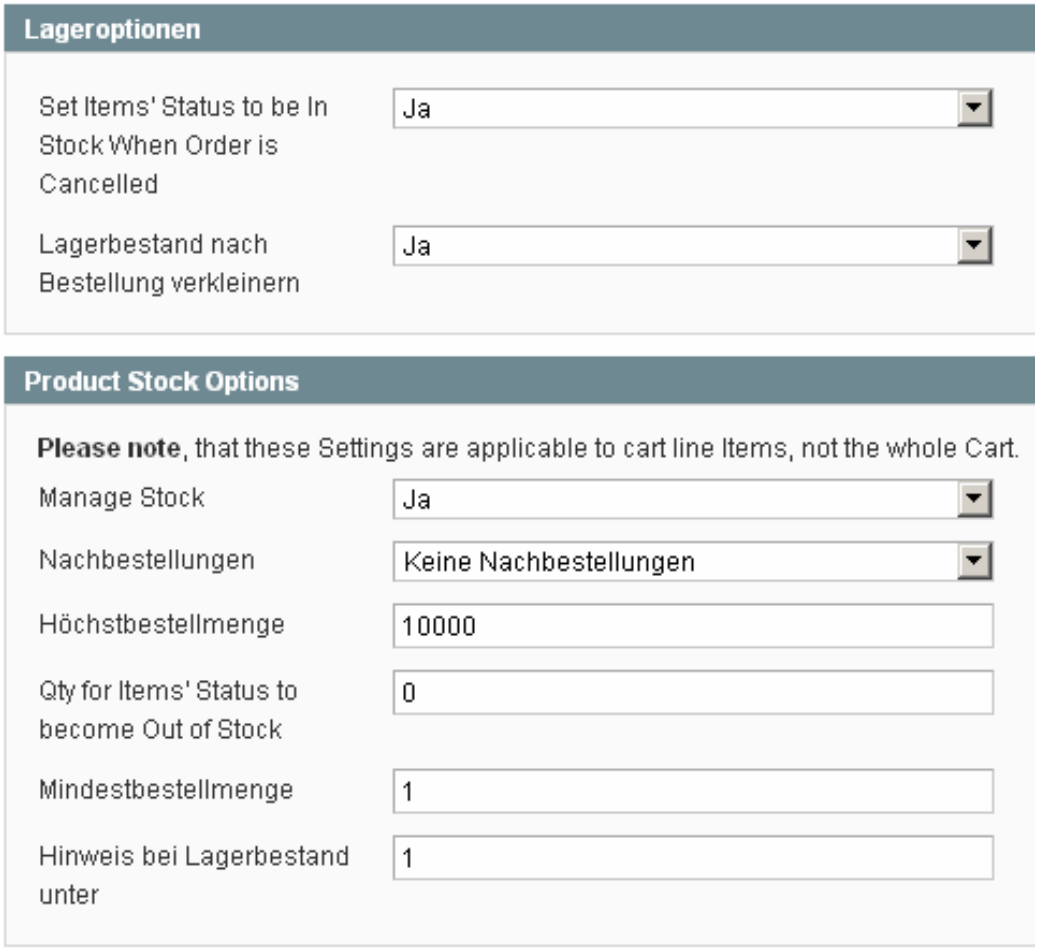


Feld	Funktion
Order Status to enable Downloads	 Hier wird festgelegt, wann der Download möglich ist, d.h. im welchem Zustand sich die Bestellung befinden muss. Von den verfügbaren Stati sind eigentlich nur die Folgenden sinnvoll: • Ausstehend: Der Download wird aktiviert, sobald die Bestellung abgeschickt ist. • Complete: Der Download wird aktiviert, sobald die Rechnung im Back-End erstellt worden ist. Sobald eine Bestellung mit Download storniert wird, erfolgt eine automatische Deaktivierung des Links.
Default Maximum Number of Downloads	Hier kann ein Maximalwert für die Anzahl an Downloads festgelegt werden. Er wird jedoch immer durch die Anzahl überschrieben, die beim Produkt angelegt wird. Denn auch wenn das Feld dort leer gelassen wird, wird die Anzahl beim

Feld	Funktion
	Speichern auf „unendlich“ gesetzt und auch so im Front-End angezeigt.
Shareable	Auswahl ist derzeit ohne Auswirkung auf das Front-End
Default Sample Title	Hier kann eine Default-Überschrift gepflegt werden, die auf der Produktdetailseite über den Beispiel-Downloads steht. Wird beim Produkt selbst eine individuelle Überschrift angegeben, erhält diese natürlich den Vorzug.
Default Link Title	Hier kann eine Default-Überschrift gepflegt werden, die auf der Produktdetailseite über der Liste der kostenpflichtigen Downloads steht. Wie oben dominiert allerdings die beim Produkt eingepflegte Überschrift.
Open Links in New Window	Hier wird gesteuert, ob die Download-Datei in einem neuen Tab (= „Ja“) oder im gleichen Tab (= „Nein“) geöffnet werden soll. Dies gilt allerdings nur für pdf-Dateien mit der Einstellung „inline“ beim Feld „Use Content Disposition“.
Use Content-Disposition	Hier wird festgelegt, ob pdf-Dateien sofort geöffnet werden sollen (= „inline“) oder ob auch dort zunächst gefragt wird, ob sie geöffnet oder heruntergeladen werden sollen (= „attachment“).
Disable Guest Checktou if cart contains downloadable items	Mit “Ja” kann festgelegt werden, dass Downloads nur für registrierte Benutzer verfügbar sind. Wird „Nein“ gewählt, können auch Gäste die Download-Dateien erwerben.

11.13.8 Katalog - Inventar

Hier wird festgelegt, wie sich der Shop hinsichtlich der Lagerverwaltung verhalten soll.

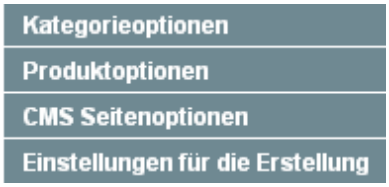


Feld	Funktion
Set Item's Status to be In Stock When Order is Cancelled	Hier kann ausgewählt werden, ob der Lagerbestand wieder hochgezählt werden soll, wenn eine Bestellung storniert wurde (= „Ja“). Keine Änderung (= „Nein“) ist beispielsweise bei Downloads sinnvoll.
Lagerbestand nach Bestellung verkleinern	Hier wird eingestellt, ob die Lagerverwaltung über Magento erfolgen soll und nur vorrätige Artikel bestellbar sein dürfen. Wird „Ja“ ausgewählt, wird der Lagerbestand mit jeder Bestellung heruntergezählt. Ist nur noch ein Stück eines Artikels verfügbar, sollen aber 2 in den Warenkorb gelegt werden, so erscheint eine Meldung. Ist der Lagerbestand auf 0 gesunken, wird der Artikel im Shop als „Ausverkauft“ dargestellt.

Feld	Funktion
Manage Stock	Wird hier „Nein“ ausgewählt, so wird die Inventarverwaltung beim Produkt deaktiviert. Verkäufe und Rücksendungen ändern den Lagerbestand nicht, und es können beliebige Stückzahlen bestellt werden. Wird „Ja“ gewählt, so wird die Höchstbestellmenge berücksichtigt, und die Lagerbestände können in Magento verfolgt werden.
Nachbestellungen	Hier kann ein Standardwert für die Behandlung von Nachbestellungen ausgewählt werden. Sie wird verwendet, wenn beim Produkt selber keine Angaben gemacht worden sind.
Höchstbestellmenge	Hier kann ein Standardwert für die Höchstbestellmenge ausgewählt werden. Sie wird verwendet, wenn beim Produkt selber keine Angaben gemacht worden sind.
Qty for Item’s Status to become Out of Stock	Hier kann ein Standardwert für die Klassifizierung als „Ausverkauft“ ausgewählt werden. Sie wird verwendet, wenn beim Produkt selber keine Angaben gemacht worden sind.
Mindestbestellmenge	Hier kann ein Standardwert für die Mindestbestellmenge ausgewählt werden. Sie wird verwendet, wenn beim Produkt selber keine Angaben gemacht worden sind.
Hinweis bei Lagerbestand unter	Hier kann ein Standardwert für die Lagerbestandsmeldung ausgewählt werden. Sie wird verwendet, wenn beim Produkt selber keine Angaben bei „Benachrichtigen bei geringerem Lagerbestand als“ gemacht worden sind.

11.13.9 Katalog – Google Sitemap

Hier kann die Konfiguration für die Erstellung der Google Sitemap vorgenommen werden. Für Kategorien, Produkte und CMS-Seiten kann festgelegt werden, ob und wenn ja wie häufig eine Google Sitemap erstellt werden soll.

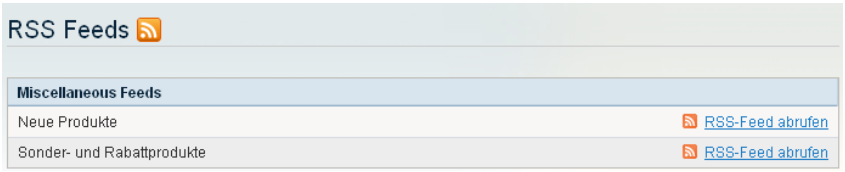


11.13.10 Katalog – RSS Feeds

In diesem Menüpunkt werden die RSS-Feeds konfiguriert. Im ersten Feld wird eingestellt, ob RSS-Feeds benutzt werden können.

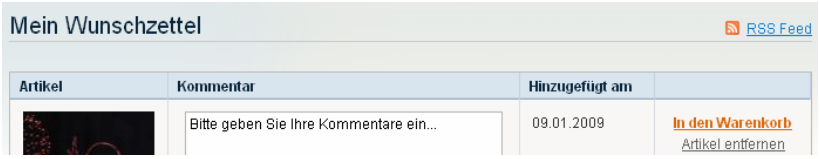
Der Link ist immer in der Fußzeile zu sehen.

Wenn „RSS einschalten“ auf „Deaktivieren“ steht, führt der Link auf eine Fehlerseite. (In diesem Fall müssen dann noch Änderungen im Code vorgenommen werden, damit der kaputte Link nicht angezeigt wird.) Ansonsten wird die Liste der RSS-Feeds angezeigt.



Diese Liste enthält alle RSS-Feeds, die im Bereich „Katalog“ aktiviert sind.

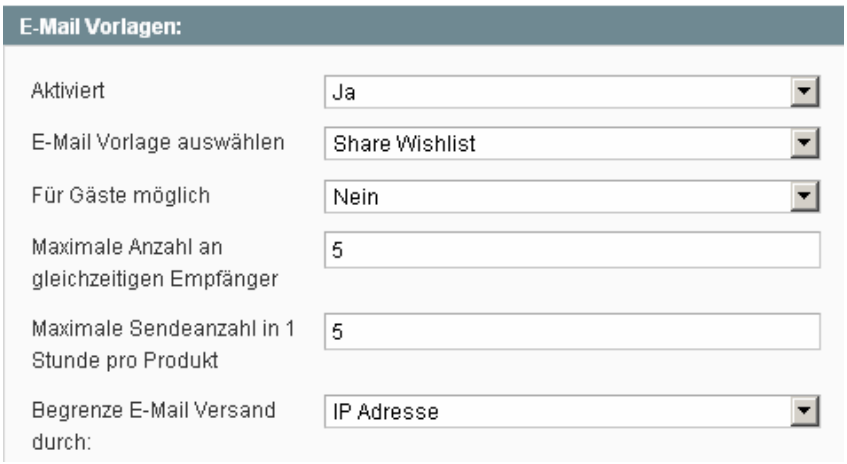
Ist der RSS-Feed für den Wunschzettel aktiviert, erscheint der Link oben rechts im Wunschzettel. Andernfalls ist dieser Link nicht vorhanden.



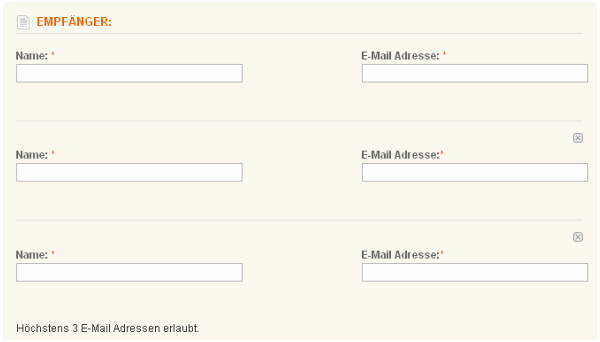
Ähnlich verhält es sich bei der Statusbenachrichtigung für Kundenbestellungen. Im aktivierten Status ist der Link sichtbar, andernfalls nicht.

11.13.11 Katalog – E-Mails an einen Freund

Hier wird die Weiterempfehlen-Funktion für einzelne Produkte konfiguriert.

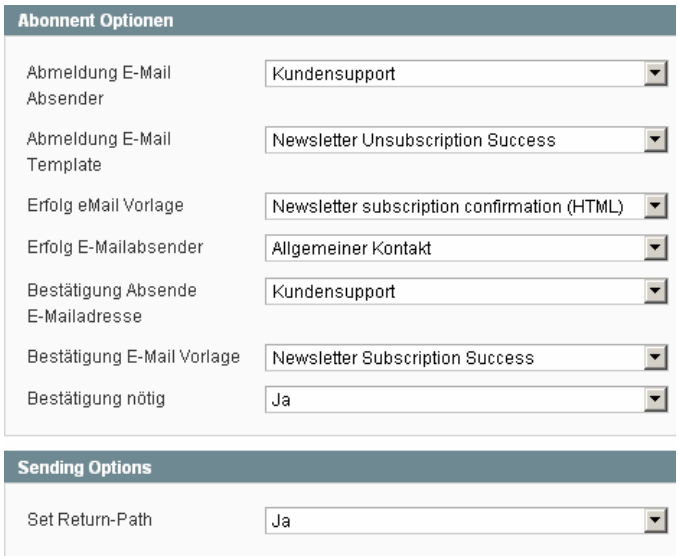


Feld	Funktion
Aktiviert	Wird hier „Ja“ ausgewählt, dann erscheint in der Produktdetailseite unter dem Produktnamen ein Link: Bei „Nein“ fehlt der Link.
E-Mail Vorlage auswählen	Hier kann eine spezielle Vorlage für die Mail ausgewählt werden.
Für Gäste möglich	Wird hier „Ja“ ausgewählt, so ist der Link immer verfügbar. Wird „Nein“ gewählt, können nur angemeldete Benutzer das Produkt weiterempfehlen.
Maximale Anzahl an	Der hier eingegebene Wert bestimmt, wie viele Mail-

Feld	Funktion
gleichzeitigen Empfänger	Empfänger auf einmal angeschrieben werden können. 
Maximale Sendeanzahl in 1 Stunde pro Produkt	Als Spamschutz wird hier angegeben, wie viele Mails pro Stunde gesendet werden dürfen. Dem Benutzer wird dies oberhalb des Formulars mitgeteilt.
Begrenze E-Mail Versand durch	Hier kann festgelegt werden, ob die Anzahl versendeter Mails pro Stunde über die IP-Adresse oder ein Cookie gezählt wird.

11.13.12 Kunden - Newsletter

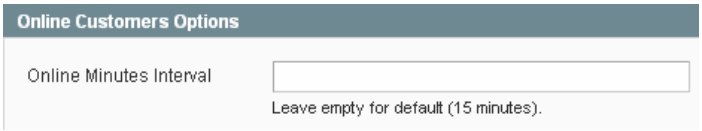
In diesem Menüpunkt werden die Mailadressen und –templates für die An- und Abmeldung konfiguriert.



Feld	Funktion
Abmeldung E-Mail	Absender der Mail, die nach dem Eingang einer Abmeldung

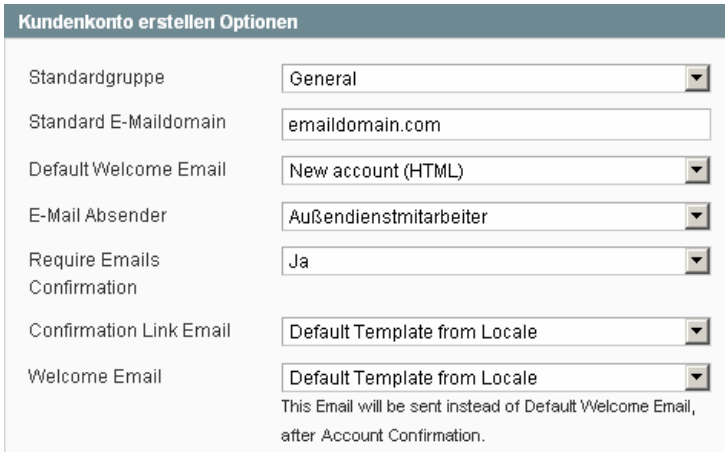
Feld	Funktion
Absender	versendet wird
Abmeldung E-Mail Template	Auswahl des Templates der E-Mail, die nach dem Eingang einer Abmeldung versendet wird
Erfolg eMail Vorlage	Auswahl des Templates der E-Mail, die nach Eingang einer Anmeldung versendet wird; wenn unten das Double-Opt-In-Verfahren ausgewählt wird, muss die Vorlage den Bestätigungslink enthalten
Erfolg E-Mailabsender	Absender der Mail, die nach dem Eingang einer Anmeldung versendet wird
Bestätigung Absende E-Mailadresse	Absender einer Bestätigungsmail
Bestätigung E-Mail Vorlage	Auswahl des Templates für eine Bestätigungs-Mail
Bestätigung nötig	Möglichkeit zur Auswahl des Double-Opt-In-Verfahrens mit „Ja“
Set Return-Path	muss auf „Ja“ gesetzt werden, damit Mails an alle E-Mail-Accounts gesendet werden

11.13.13 Kunden - Kundenkonfiguration



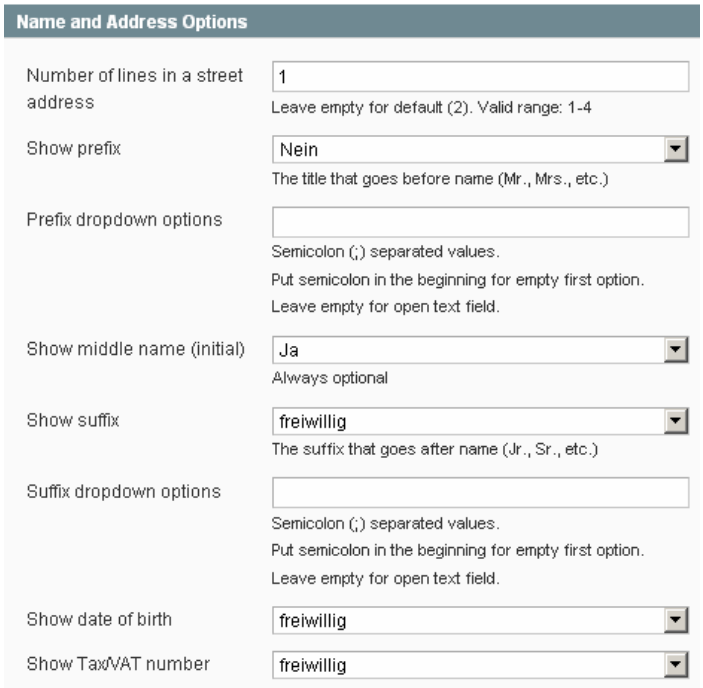
Der hier eingetragene Wert hat einen Einfluss darauf, wie lange die Kunden im Punkt „Kunden online“ des Kunden-Menüs nach ihrer letzten Aktivität noch als Online angezeigt werden. Der Default-Wert liegt bei 15 Minuten.

Unter Kundenkonto Verteilungsoptionen versteht man den Geltungsbereich des Kontos. Legt ein Kunde ein Konto an, so kann es entweder nur für alle StoreViews der Website, auf der er es angelegt hat, gelten (= „per Website“), oder aber für alle Websites, die mit der Magento-Instanz verwaltet werden (= „General“).



Feld	Funktion
Standardgruppe	legt fest, zu welcher Kundengruppe jeder Kunde bei seiner Registrierung gehört
Standard E-Maildomain	Diese Angabe ist nur dann nötig, wenn Bestellungen auch vom Administrator durchgeführt werden können. Wird das E-Mail-Feld in diesem Fall leer gelassen, wird eine Mail an die E-Mailadresse im Format <Kundennummer>@<Standard-E-Maildomain> geschickt. Während der Bestellung kann aber noch festgelegt werden, ob eine Bestätigungsmail gesendet werden soll oder nicht.
Default Welcome Email	legt das Template für die Begrüßungsmail fest, die versendet wird, wenn keine Bestätigung erforderlich ist
E-Mail Absender	Absender der Willkommensmail
Require Emails Confirmation	Auswahl, ob die Registrierung noch mal per Mail bestätigt werden muss, bevor das Konto aktiviert wird
Confirmation Link Email	legt das Template für die Begrüßungsmail fest, die versendet wird, wenn eine Bestätigung erforderlich ist
Welcome Email	legt das Template für die Begrüßungsmail fest, die nach Eingang der Antwort auf die Bestätigungsmail versendet wird

In diesem Bereich werden in bekannter Manier das Template und der Absender der Mail festgelegt, die verwendet wird, wenn ein Benutzer sein Passwort vergessen hat und ein neues Passwort anfordert.

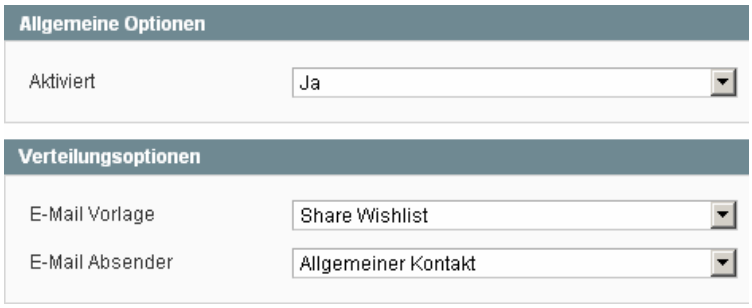

Name and Address Options
Number of lines in a street address
1
Leave empty for default (2). Valid range: 1-4
Show prefix
Nein
The title that goes before name (Mr., Mrs., etc.)
Prefix dropdown options
Semicolon (;) separated values.
Put semicolon in the beginning for empty first option.
Leave empty for open text field.
Show middle name (initial)
Ja
Always optional
Show suffix
freiwillig
The suffix that goes after name (Jr., Sr., etc.)
Suffix dropdown options
Semicolon (;) separated values.
Put semicolon in the beginning for empty first option.
Leave empty for open text field.
Show date of birth
freiwillig
Show Tax/VAT number
freiwillig

Feld	Funktion
Number of lines in a street address	steuert die Anzahl an Zeilen, die für die Straße angeboten werden
Show prefix	steuert die Anzeige eines Textfeldes am Anfang der Namenszeile, das als Kannfeld (= „freiwillig“) oder als Pflichtfeld gestaltet sein kann
Prefix dropdown options	Hier kann eine Werteliste für das Prefix-Feld angelegt werden, mit der das Textfeld in ein Auswahlfeld verwandelt wird. Die einzelnen Begriffe müssen mit einem Semikolon getrennt werden. Soll das Feld beim Öffnen des Dialogs leer sein, muss am Anfang ein Semikolon stehen.
Show middle name	steuert die Anzeige eines Feldes zwischen Vorname und

Feld	Funktion
(initial)	Nachname
Show suffix	steuert die Anzeige eines Textfeldes hinter dem Nachnamen, das als Kannfeld („freiwillig“) oder als Pflichtfeld gestaltet sein kann
Suffix dropdown options	verwandelt das Suffix-Textfeld in ein Auswahlfeld, das die Werte enthält, die – getrennt durch Semikolons – in dieses Feld eingegeben werden
Show date of birth	steuert die Anzeige von drei Feldern zur Eingabe des Geburtsdatums, die als Kannfelder („freiwillig“) oder als Pflichtfelder gestaltet sein können
Show Tax/VAT number	steuert die Anzeige eines Feldes für die Steuernummer, das als Kannfeld („freiwillig“) oder als Pflichtfeld gestaltet sein kann

11.13.14 Kunden – Wunschzettel

Hier wird die Gestaltung des Wunschzettels konfiguriert.

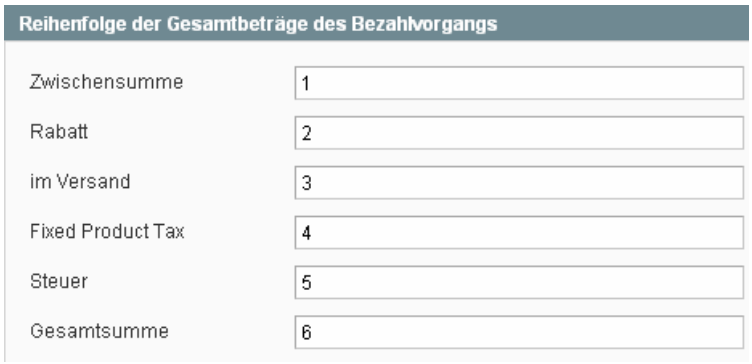


Feld	Funktion
Aktiviert	zeigt (= „Ja“) oder verbirgt (= „Nein“) den Wunschzettel und die Möglichkeit, dort Produkte abzulegen
E-Mail Vorlage	Mail-Vorlage, die verwendet wird, wenn der Wunschzettel verteilt wird
E-Mail Absender	Mailadresse, die als Absender der Wunschzettel-Mail

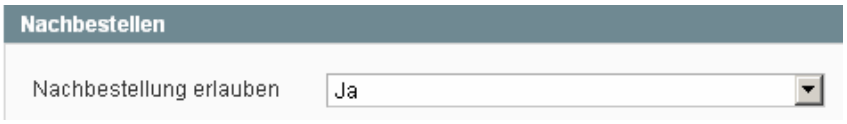
Feld	Funktion
	verwendet wird

11.13.15 Verkäufe – Verkäufe

Im ersten Menüpunkt wird die Reihenfolge festgelegt, in der die einzelnen Positionen im Warenkorb und an der Kasse angezeigt werden – sofern sie bei der jeweiligen Bestellung vorkommen.

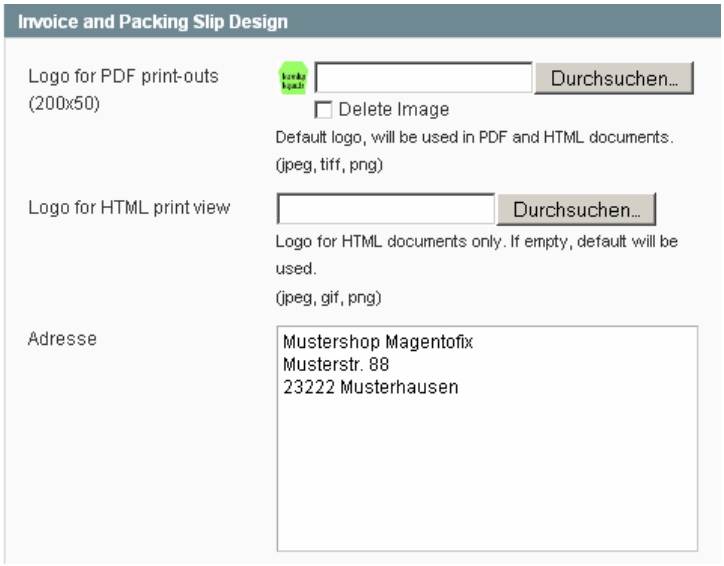


Unter „im Versand“ sind die Versandkosten gemeint.



Im Bereich „Nachbestellen“ kann festgelegt werden, ob der Kunde eine einmal getätigte Bestellung erneut durchführen kann. Lautet die Option „Ja“, sieht er in seiner Bestellübersicht einen Link „Nachbestellen“. Bei „Nein“ entfällt dieser Link.

Unter „Invoice and Packing Slip Design“ wird die Kopfzeile des Packzettels und der Rechnung bestimmt.

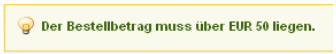
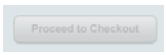
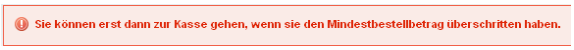


Wird kein spezielles Logo hochgeladen, so wird das Default-Logo verwendet.

Im nächsten Unterpunkt kann eine Mindestbestellmenge und die Art der Prüfung bei unterschiedlichen Adressen konfiguriert werden.

Mindestbestellmenge
Enable
Ja
Minimum amount
50
Subtotal after discount
Description message
Der Bestellbetrag muss über EUR 50 liegen.
This message will be shown in shopping cart when subtotal after discount less than minimum amount
Error to show in shopping cart
Sie können erst dann zur Kasse gehen, wenn sie den Mindestbestellbetrag überschritten haben.
Validate each address separately in multi-address checkout
Nein
Multi-address description message
If empty, the default description above will be used
Multi-address error to show in shopping cart

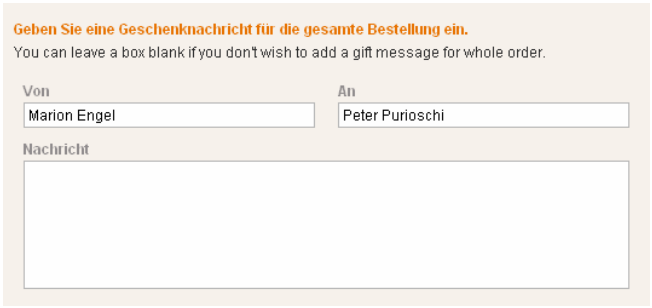
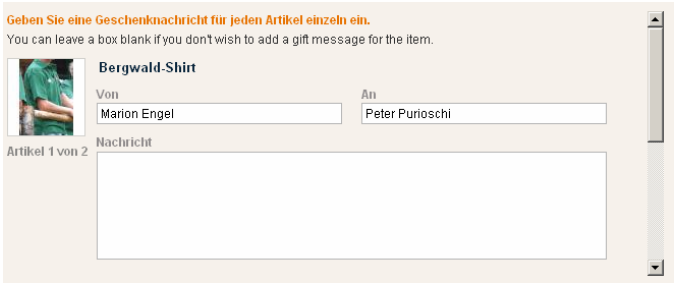
Feld	Funktion
Enable	gibt es im Shop einen Mindestbestellwert, der erreicht werden muss, um eine Bestellung durchzuführen, so muss

Feld	Funktion
	hier „Ja“ ausgewählt werden, andernfalls gilt „Nein“
Minimum amount	der Mindestbestellwert, der als Rechnungsendbetrag nach Abzug aller Rabatte nicht unterschritten werden darf
Description message	Text der Informationsmeldung, die oben im Warenkorb angezeigt wird, wenn der Mindestbestellbetrag nicht erreicht wird  Der Checkout-Button ist dabei deaktiviert. 
Error to show in shopping cart	Text der Fehlermeldung, die oben im Warenkorb oberhalb der Informationsmeldung angezeigt wird, wenn der Kunde erneut in den Warenkorb geht, der Mindestbestellbetrag aber noch immer unterschritten ist. 
Validate each address separately in multi-address checkout	Wenn bei der Verwendung verschiedener Adressen jede Adresse einzeln validiert werden soll, dann muss hier “Ja” ausgewählt werden.
Multi-address description message	Hier kann ein individueller Text für die Informationsmeldung eingegeben werden, der bei einer ungültigen Adresse gezeigt wird. Ansonsten wird der Standard-Text verwendet.
Multi-address error to show in shopping cart	Hier kann ein individueller Text für die Fehlermeldung eingegeben werden, der bei einer ungültigen Adresse gezeigt wird. Ansonsten wird der Standard-Text verwendet.

Im Bereich „Geschenknachrichten“ kann festgelegt werden, ob Bestellungen um eine Nachricht an den Beschenkten ergänzt werden kann.

Wenn eines der Felder auf „Ja“ gesetzt wird, erscheint beim Checkout beim 3. Schritt „Versandmethode“ folgende Zeile:

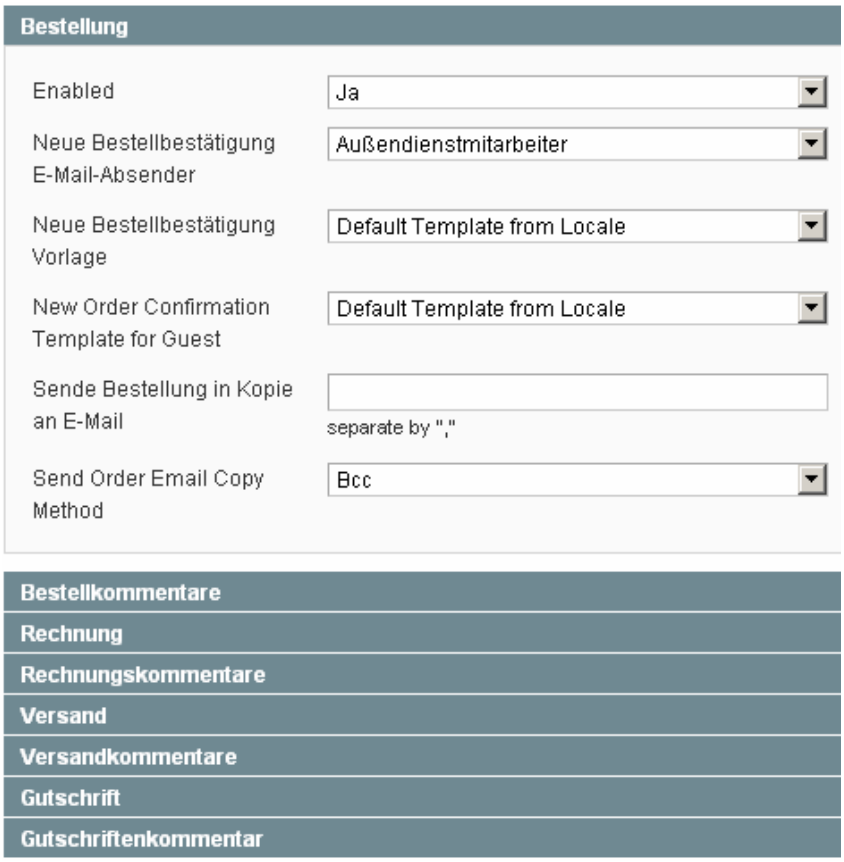
. Wird ein Haken gesetzt, wächst der Dialog entsprechend der Konfiguration:

Feld	Funktion
Geschenknachricht bei Bestellvorgang erlauben	„ja“ bedeutet hier, dass eine Geschenknachricht für die gesamte Bestellung eingefügt werden kann. Die Felder dafür sehen wie folgt aus:  Geben Sie eine Geschenknachricht für die gesamte Bestellung ein. You can leave a box blank if you don't wish to add a gift message for whole order. Von Marion Engel An Peter Purioschi Nachricht
Geschenknachricht für bestellte Artikel erlauben	„Ja“ bedeutet hier, dass für jeden einzelnen Artikel der Bestellung eine Geschenknachricht eingegeben werden kann. Die Felder dafür sehen wie folgt aus:  Geben Sie eine Geschenknachricht für jeden Artikel einzeln ein. You can leave a box blank if you don't wish to add a gift message for the item. Bergwald-Shirt Von Marion Engel An Peter Purioschi Artikel 1 von 2 Nachricht

Stehen beide Felder auf „Ja“ wird zunächst das Eingabefeld für die gesamte Bestellung angezeigt. Danach folgen die Felder für jedes einzelne Produkt. Es müssen natürlich nur die tatsächlich gewünschten Felder ausgefüllt werden.

11.13.16 Verkäufe – Verkaufsmails

Hier werden die Automails konfiguriert, die nach Eingang der Bestellung und bei allen weiteren Bearbeitungsschritten versendet werden sollen.



Feld	Funktion
Enabled	„Ja“ bedeutet, dass die Mail beim Eintritt des Ereignisses versendet wird; nur in diesem Fall sind die nachfolgenden Felder relevant
Neue Bestellbestätigung E-Mail-Absender	Auswahl des Absenders der Bestellbestätigung
Neue Bestellbestätigung Vorlage	Auswahl des Templates für die Bestellbestätigung
New Order Confirmation Template for Guest	Möglichkeit zur Auswahl eines eigenen Templates für Gäste
Sende Bestellung in Kopie an E-Mail	Möglichkeit zur Eingabe einer oder mehrerer Mailadressen, die die Bestellbestätigung ebenfalls erhalten sollen
Send Order Email	hier kann festgelegt werden, ob die Mail als unsichtbare

Feld	Funktion
Copy Method	Kopie (“Bcc”) oder als separate Mail („Separate email“) versendet werden soll

Auch die anderen möglichen Mails werden mit den gleichen Feldern konfiguriert.

11.13.17 Verkäufe – PDF Print-outs

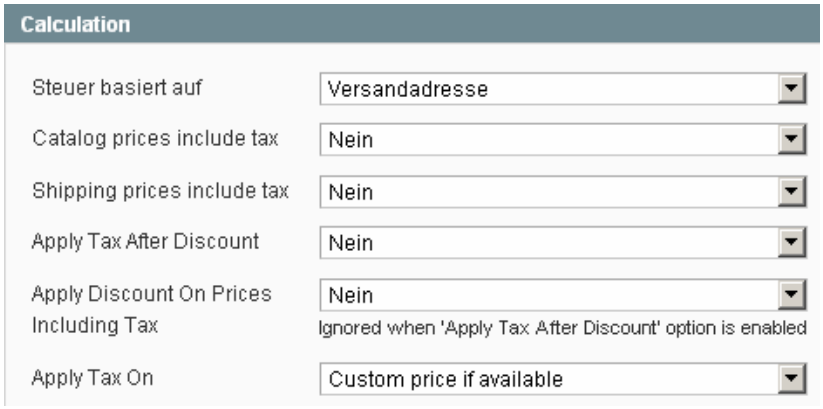
Hier kann für die unterschiedlichen pdf-Dateien festgelegt werden, ob die Bestell-Nummer in der Kopfzeile gezeigt oder unterdrückt werden soll.

Hier ein Beispiel für die beiden Varianten, links „Ja“, rechts „Nein“.

11.13.18 Verkäufe – Steuer

In diesem Bereich werden die Regeln und Anzeigeoptionen zu den Steuern angezeigt.
Im ersten Bereich wird die Steuerklasse für die Versandkosten ausgewählt. Ist der Versand steuerfrei, wird „None“ verwendet, andernfalls die passende Steuerklasse.

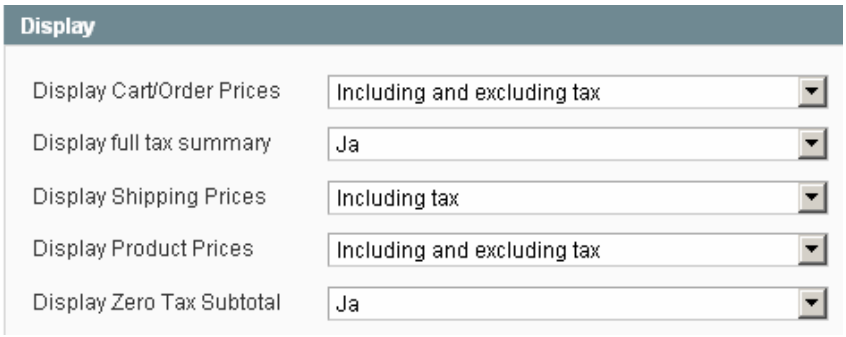
Hier nun geht es um die Grundlagen zur Berechnung der Steuer.

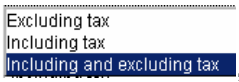
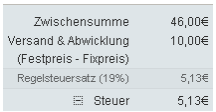
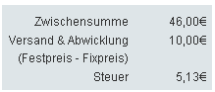


Feld	Funktion
Steuer basiert auf	Auswahl der Adresse, die zur Berechnung der Steuer verwendet werden soll; zur Auswahl stehen: Versandadresse Rechnungsadresse Versandursprung
Catalog prices include tax	Angabe, ob die Preise im Shop Steuer enthalten (= „Ja“) oder nicht (= „Nein“)
Shipping prices include tax	Angabe, ob die Versandkosten Steuer enthalten (= „Ja“) oder nicht (= „Nein“)
Apply Tax after Discount	Angabe, ob die Steuer nach Abzug eines Rabatts berechnet werden soll (= „Ja“) oder nicht (= „Nein“)
Apply Discount on Prices Including Tax	nur zu verwenden, wenn das Feld “Apply Tax after Discount” auf “Nein” steht; Angabe, ob ein Rabatt auf Preise, die die Steuer bereits enthalten, berechnet werden soll (= „Ja“) oder nicht (= „Nein“)
Apply Tax On	Auswahl der Bezugsgröße der Steuer, d.h. der aktuelle Preis (= „Custom price...“) oder immer der Originalpreis (=“Original price only“) Custom price if available Original price only

Hier wird das Land ausgewählt, nach dessen Regeln die Steuer berechnet werden soll. In den meisten Fällen muss hier nur das Land ausgewählt werden. In den anderen beiden Feldern wird * ausgewählt, da die Steuersätze im gesamten Land gelten. Nur in den USA gibt es hier Unterschiede nach Staat oder PLZ.

In der nächsten Gruppe wird die Anzeige der steuerlichen Behandlung konfiguriert.



Feld	Funktion
Display Cart/Order Prices	steuert die Anzeige des Preises im Warenkorb und an der Kasse; Optionen sind:  , bei denen entweder nur ein Preis angezeigt wird: Oder aber beide Preise sichtbar sind:
Display full tax summary	wird „ja“ ausgewählt, können die steuerlichen Details ein- und ausgeklappt werden:  Bei „Nein“ wird nur der Steuerbetrag gezeigt: 
Display Shipping Prices	steuert die Anzeige der Versandkosten wie bei „Cart/Order Prices“
Display Product Prices	steuert die Anzeige des Produktpreises in der Produktübersicht und auf der Produkt-Detailseite; entweder werden beide Preise mit der entsprechenden Definition angezeigt:

Feld	Funktion
	Excl. Tax: 25,00€ Incl. Tax: 29,75€ oder nur ein Preis, der an geeigneter Stelle dann noch erläutert werden muss 29,75€
Display Zero Tax Subtotal	steuert, ob Steuerbeträge von 0 angezeigt werden sollen (= „Ja“) oder nicht (= „Nein“)

Falls notwendig können im letzten Bereich noch feste Steuern auf Produkte konfiguriert werden. Fixed Product Taxes

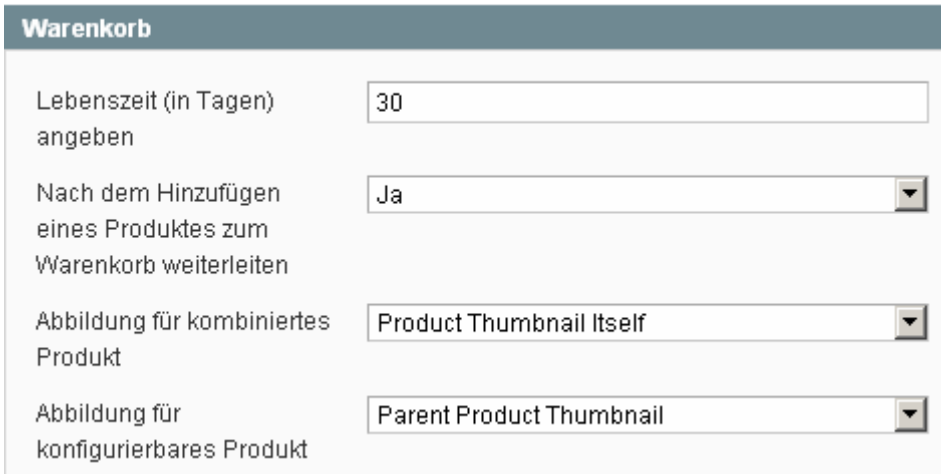
11.13.19 Verkäufe – Zur Kasse

Hier werden die Konfigurationen von Warenkörben und Kasse vorgenommen.

Feld	Funktion
Disable Onepage Checkout	Möglichkeit, den einfachen Checkout mit dem Button Proceed to Checkout zu unterbinden; bei „Nein“ kann der Kunde dann nur noch mit mehreren Adressen zur Kasse gehen: Zwischensumme 46,00€ Steuer 5,13€ Gesamtsumme 51,13€ Zur Kasse mit mehreren Adressen
Bezahlvorgang als Gast ermöglichen	Möglichkeit, einen Einkauf ohne Registrierung zuzulassen (= „Ja“) ALS GAST ZUR KASSE ODER REGISTRIEREN Registrieren Sie sich für mehr Einkaufskomfort bei Ihrem nächsten Besuch: Als Gast zur Kasse gehen oder immer eine Registrierung/Login zu verlangen (= „Nein“)
Enable Terms and Conditions	steuert die Anzeige von AGBs und anderen rechtlichen Dingen, die vor Abschluss des Kaufs bestätigt werden müssen; mit „Ja“ werden sie in der Bestellübersicht angezeigt:

Feld	Funktion
	, mit „Nein“ entfallen sie.

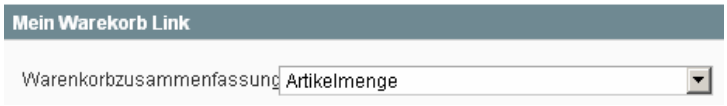
Auch für den Warenkorb sind Konfigurationseinstellungen möglich.



Feld	Funktion
Lebenszeit (in Tagen) angeben	gibt an, wie viele Tage der Inhalt des Warenkorbs gespeichert wird, wenn der Kunde damit vorher nicht zur Kasse geht
Nach dem Hinzufügen eines Produkts zum Warenkorb weiterleiten	gibt an, welche Seite angezeigt wird, nachdem ein Produkt in den Warenkorb gelegt wurde; „Ja“ bedeutet, dass der neu gefüllte Warenkorb angezeigt wird, „Nein“ bedeutet, dass die aktuelle Seite weiterhin angezeigt wird
Abbildung für kombiniertes	steuert das Bild, das im Warenkorb für Grouped Products angezeigt wird; dafür kann entweder das Vorschaubild des

Feld	Funktion
Produkt	jeweiligen Produkts oder des übergeordneten Produkts verwendet werden: Product Thumbnail Itself Parent Product Thumbnail
Abbildung für konfigurierbares Produkt	steuert das Bild, das im Warenkorb für Configurable Products angezeigt wird – mit den gleichen Optionen wie oben beschrieben

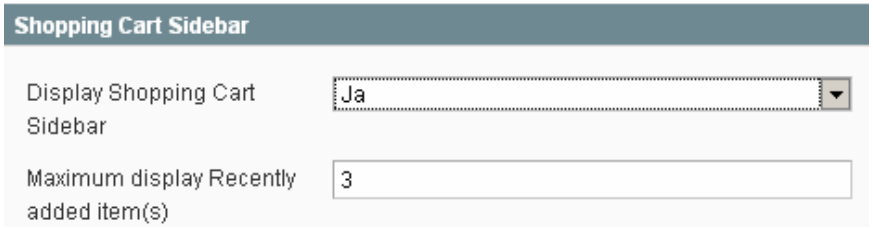
Hier wird die Zählweise für Artikel im Warenkorb festgelegt:



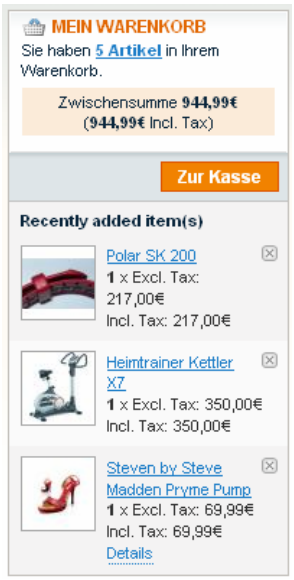
Die Anzeige erfolgt in der Randspalte im blauen Link:

Bei der Option „Artikelmenge“ wird jedes einzelne Stück eines Artikels gezählt. Liegen also 2 Artikel im Warenkorb, von denen jeweils 2 Exemplare gekauft werden, wird „4 Artikel“ angezeigt. Bei der Option „Anzahl der Artikel im Warenkorb“ wird nur die Anzahl unterschiedlicher Artikel berücksichtigt. Im obigen Beispiel würde also „2 Artikel“ angezeigt.

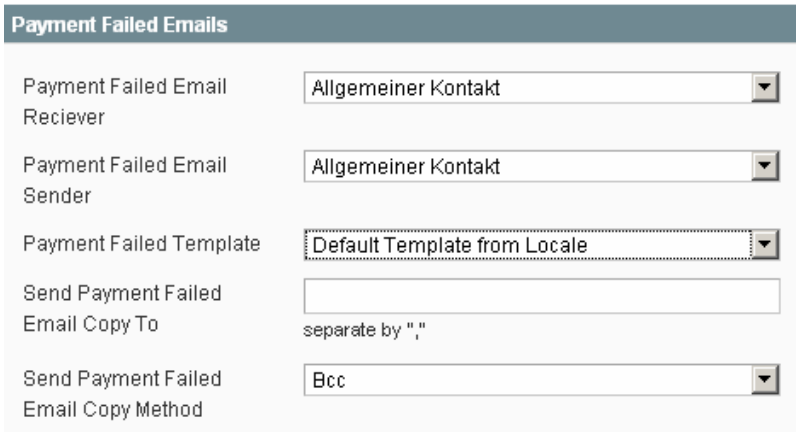
Dies ist jedoch nur relevant, wenn der Warenkorb überhaupt in der Randspalte angezeigt wird.



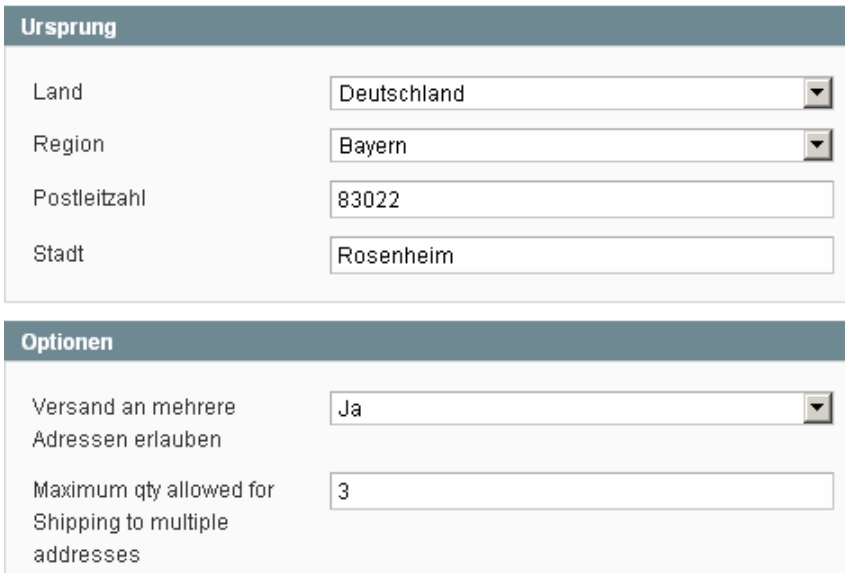
Feld	Funktion
Display Shopping Cart Sidebar	„Ja“ sorgt dafür, dass der Warenkorb in der Randspalte angezeigt wird, „Nein“ blendet ihn aus
Maximum display Recently added item(s)	bestimmt, wie viele der zuletzt in den Warenkorb gelegten Produkte in der Randspalte angezeigt werden

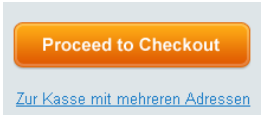


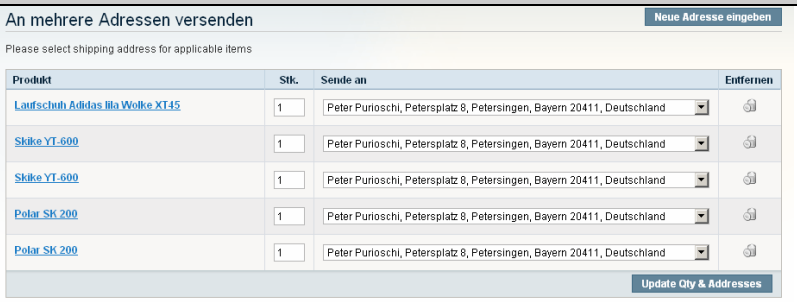
Abschließend können noch die Optionen für die E-Mail eingestellt werden, die bei Fehlern beim Bezahlen versendet wird. Die Felder entsprechen den Verkaufsmails.



11.13.20 Verkäufe – Versandeinstellungen

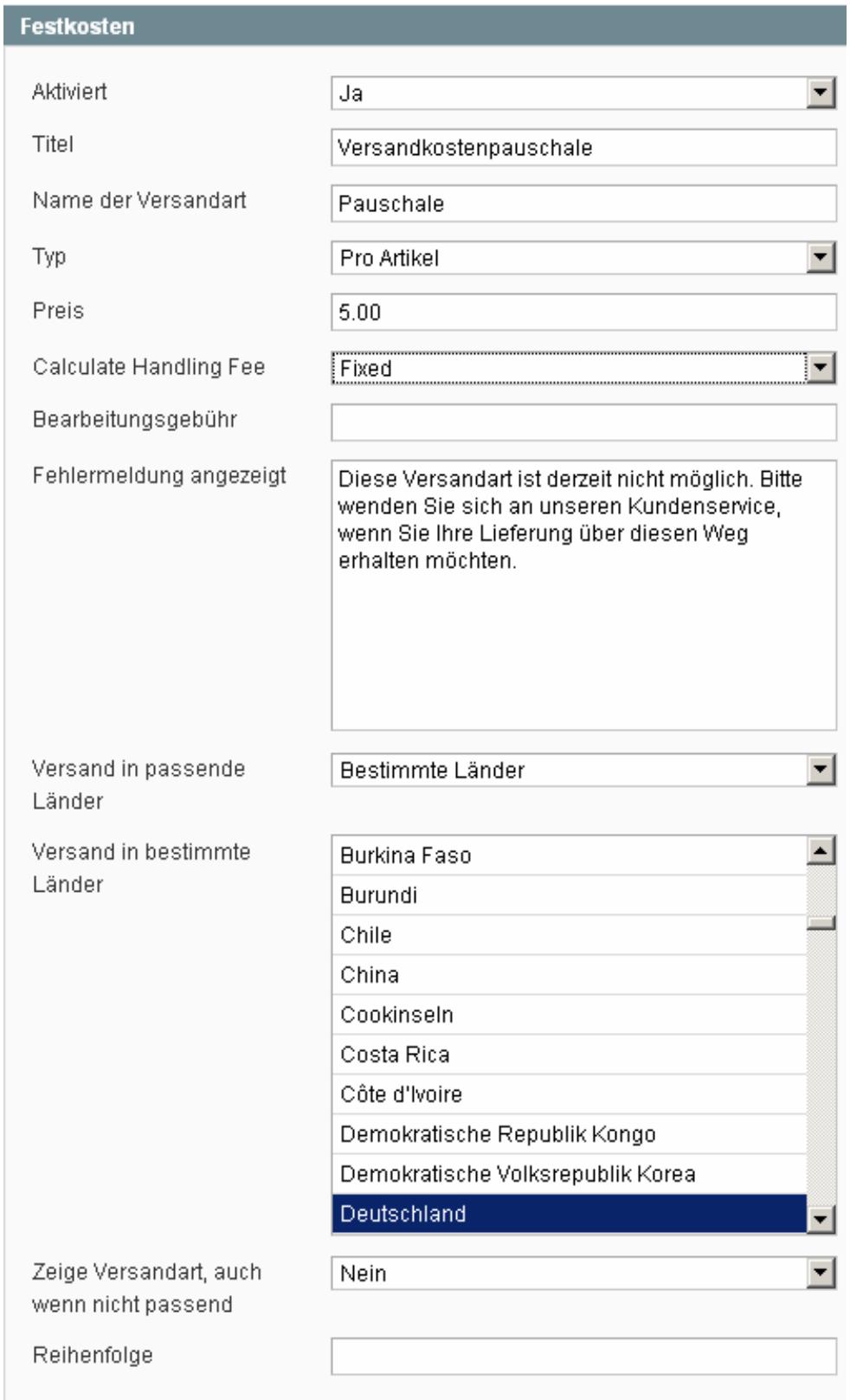


Feld	Funktion
Land	Auswahl des Landes, von dem aus die Artikel versendet werden
Region	Auswahl des Bundeslandes, von dem aus die Artikel versendet werden
Postleitzahl	Auswahl der PLZ, von der aus die Artikel versendet werden
Stadt	Auswahl der Stadt, von der aus die Artikel versendet werden
Versand an mehrere Adressen erlauben	legt fest, ob die gesamte Bestellung nur an eine Adresse gesendet werden kann (=“Nein“) oder ob jeder einzelne Artikel an eine eigene Adresse gesendet werden kann (=“Ja“); in letzterem Fall enthält der Warenkorb unter dem Checkout-Button noch einen Link  , der im Front-End zu folgendem Dialog führt:

Feld	Funktion
	
Maximum qty allowed for Shipping to multiple addresses	gibt an, wie viele Produkte (Artikelmenge) sich mindestens im Warenkorb befinden müssen, damit ein Versand an unterschiedliche Adressen möglich wird; liegt dieser Wert z.B. bei 3 und befinden sich 5 Artikel im Warenkorb, so ist kein Versand an unterschiedliche Adressen möglich

11.13.21 Verkäufe – Versandarten

In diesem Menüpunkt werden die unterschiedlichen Versandarten konfiguriert.



Feld	Funktion

Feld	Funktion
Aktiviert	gibt an, ob die Zahlungsmöglichkeit verwendet werden soll (=“Ja“) oder nicht (=“Nein“)
Titel	Eingabefeld für die Überschrift der Zahlungsart
Name der Versandart	Eingabefeld für den Text, der neben dem Radio-Button steht
Typ	bestimmt die Bezugsgröße der Versandkostenpauschale; Optionen sind: Wird „Nichts“ gewählt, erscheint die Pauschale wie folgt:
Preis	Eingabefeld für den Grundpreis der Versandart
Calculate Handling Fee	Berechnungsvorschrift für die Bearbeitungsgebühr; entweder als fester Betrag oder als Prozentsatz der vorher ermittelten Versandkosten
Bearbeitungsgebühr	Betrag oder Prozentsatz für die Bearbeitungsgebühr
Fehlermeldung angezeigt	Text der Fehlermeldung, die beim Check-Out in Schritt 3 – Versandmethode angezeigt wird, wenn die Versandart zwar aktiviert ist, aber trotzdem nicht genutzt werden kann:
Versand in passende Länder	bestimmt die Zielländer, für die die Versandart zulässig ist; entweder ist die Versandart für alle Länder zulässig, in die der Shop versendet (= „alle erlaubten Länder“) oder nur in bestimmte Länder.
Versand in bestimmte Länder	nur relevant, wenn im vorherigen Feld „bestimmte Länder“ ausgewählt wurde; dann können hier die Länder ausgewählt werden, für die die Versandart gelten soll
Zeige Versandart, auch wenn nicht passend	nur relevant, wenn im vorherigen Feld „bestimmte Länder“ ausgewählt wurde; „Ja“ hat zur Folge, dass die Versandart mit der vorgesehenen Fehlermeldung angezeigt wird, wenn

Feld	Funktion
	sie nicht zulässig ist; „Nein“ bewirkt, dass die Versandart nicht angezeigt wird
Reihenfolge	bestimmt die Reihenfolge mehrerer Versandarten im Front-End

Bei den folgenden Versandarten werden nur noch die Felder beschrieben, die dort speziell vorkommen. Bei der Versandart „Table Rates“ werden die Versandkosten aus einer Tabelle in den Shop importiert. Dieser Import ist allerdings nicht global möglich, sondern nur für eine einzelne Website.

Feld	Funktion
Kondition	bestimmt die abhängigen Variablen für die Preisermittlung; der erste Begriff muss in der Tabelle in einer Spalte stehen, der andere in den Zeilen

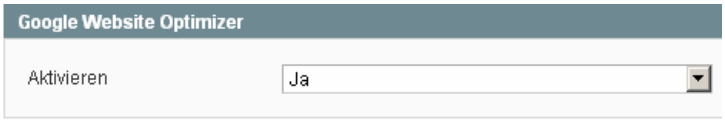
Die Konfiguration für versandkostenfreie Sendungen erfolgt mit den bereits beschriebenen Feldern. Für die Logistikdienstleister gibt es zusätzliche spezielle Felder, z.B. für die Gateway-URL und die Zugangsdaten und für die einzelnen Versandoptionen.

11.13.22 Verkäufe – Google API

Unter diesem Menüpunkt werden verschiedene Google-Dienste konfiguriert.

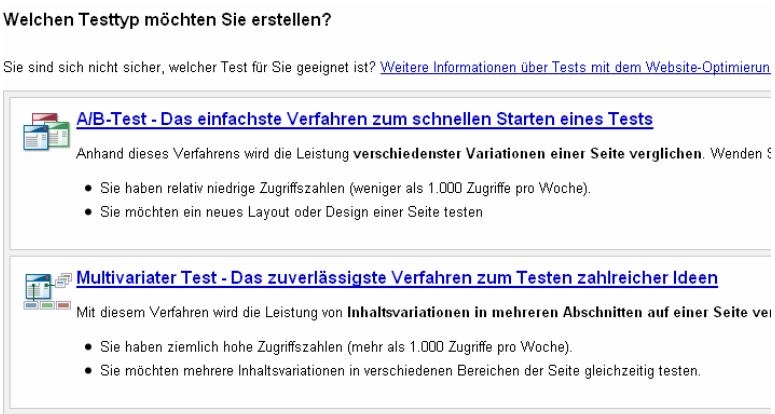
Google Analytics
Google Checkout
Google Base
Google Website Optimizer
Google Checkout Versand - Vom Verkäufer berechnet
Google Checkout Versand - Vom Versender berechnet
Google Checkout Versand - Festpreis

Sie erfordern alle ein Google-Konto mit den entsprechenden Zugangsdaten.
Der Google Website Optimizer ist ein recht interessantes Tool, das hier gesondert vorgestellt werden soll. Es kann allerdings nur dann verwendet werden, wenn der Shop, der damit optimiert werden soll, auf einem öffentlich zugänglichen Server liegt.

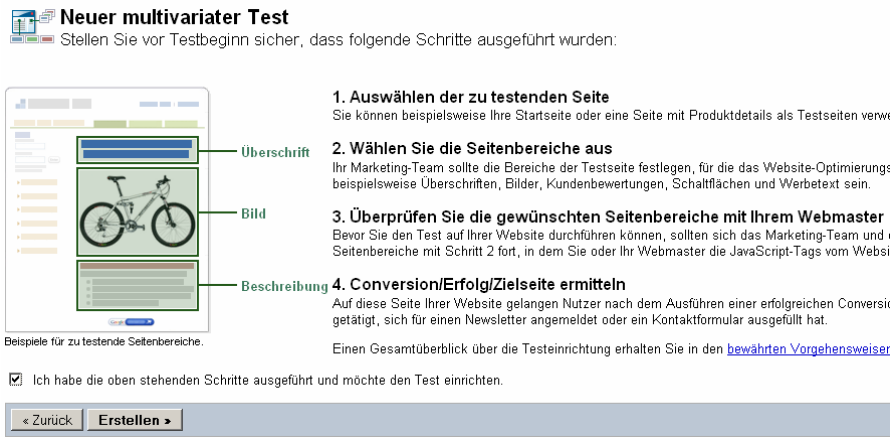


Zunächst muss „Aktivieren“ = „Ja“ gesetzt und die Konfiguration gespeichert werden. Dadurch wird im Menü „Katalog“ – Kategorien verwalten ein weiterer Reiter „Category View Optimization“ eingeblendet.
Die nächsten Schritte müssen im Google Website Optimizer vorgenommen werden. Nach dem Öffnen des Tools unter http://services.google.com/websiteoptimizer/?hl=de und der Anmeldung muss der Link „Neuen Test erstellen“ angeklickt werden:

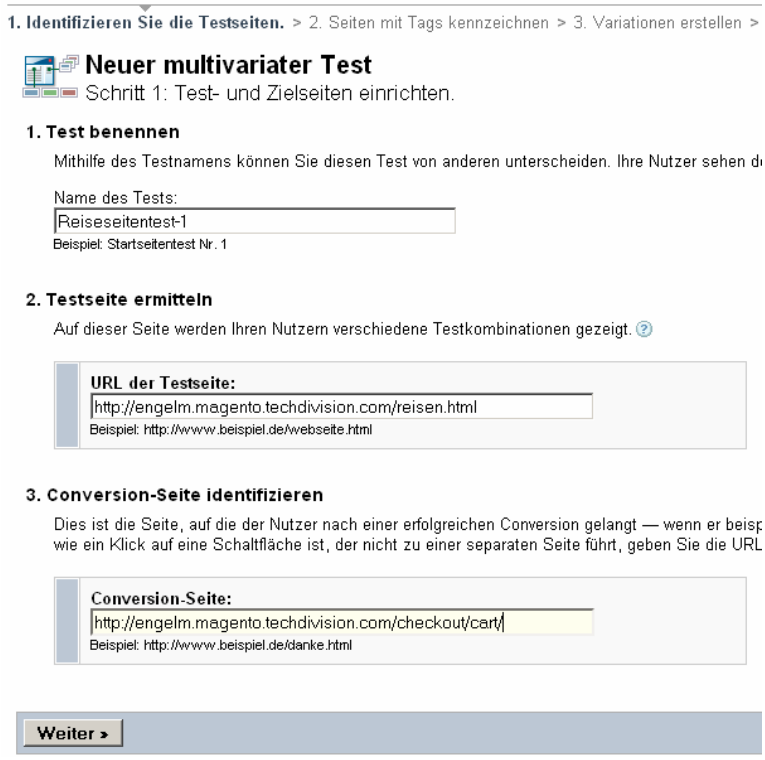
Auf der nächsten Seite entscheidet man sich für den Testtyp „Multivariater Test“.


Welchen Testtyp möchten Sie erstellen?
Sie sind sich nicht sicher, welcher Test für Sie geeignet ist? Weitere Informationen über Tests mit dem Website-Optimierun
A/B-Test - Das einfachste Verfahren zum schnellen Starten eines Tests
Anhand dieses Verfahrens wird die Leistung verschiedenster Variationen einer Seite verglichen. Wenden
Sie haben relativ niedrige Zugriffszahlen (weniger als 1.000 Zugriffe pro Woche).
Sie möchten ein neues Layout oder Design einer Seite testen
Multivariater Test - Das zuverlässigste Verfahren zum Testen zahlreicher Ideen
Mit diesem Verfahren wird die Leistung von Inhaltsvariationen in mehreren Abschnitten auf einer Seite ver
Sie haben ziemlich hohe Zugriffszahlen (mehr als 1.000 Zugriffe pro Woche).
Sie möchten mehrere Inhaltsvariationen in verschiedenen Bereichen der Seite gleichzeitig testen.

Auf der nächsten Seite muss unten die Checkbox angekreuzt werden, damit der Button „Erstellen“ aktiviert wird.


Neuer multivariater Test
Stellen Sie vor Testbeginn sicher, dass folgende Schritte ausgeführt wurden:
Überschrift
Bild
Beschreibung
Beispiele für zu testende Seitenbereiche.
1. Auswählen der zu testenden Seite
Sie können beispielsweise Ihre Startseite oder eine Seite mit Produktdetails als Testseiten verwe
2. Wählen Sie die Seitenbereiche aus
Ihr Marketing-Team sollte die Bereiche der Testseite festlegen, für die das Website-Optimierungs
beispielsweise Überschriften, Bilder, Kundenbewertungen, Schaltflächen und Werbetext sein.
3. Überprüfen Sie die gewünschten Seitenbereiche mit Ihrem Webmaster
Bevor Sie den Test auf Ihrer Website durchführen können, sollten sich das Marketing-Team und
Seitenbereiche mit Schritt 2 fort, in dem Sie oder Ihr Webmaster die JavaScript-Tags vom Websi
4. Conversion/Erfolg/Zielseite ermitteln
Auf diese Seite Ihrer Website gelangen Nutzer nach dem Ausführen einer erfolgreichen Conversi
getätigt, sich für einen Newsletter angemeldet oder ein Kontaktformular ausgefüllt hat.
Einen Gesamtüberblick über die Testeinrichtung erhalten Sie in den bewährten Vorgehensweiser
Ich habe die oben stehenden Schritte ausgeführt und möchte den Test einrichten.
« Zurück
Erstellen »

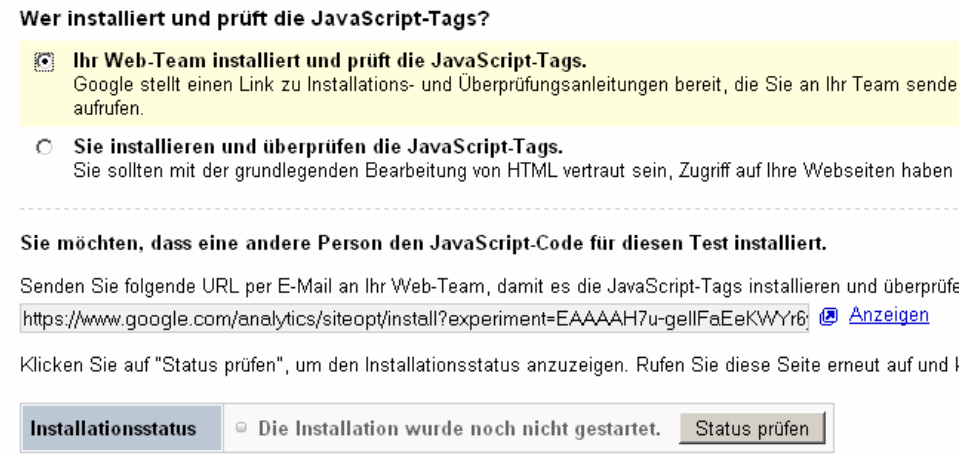
Über diesen Button „Erstellen“ gelangt man zur nächsten Seite, in der drei Felder gefüllt werden müssen.


1. Identifizieren Sie die Testseiten. > 2. Seiten mit Tags kennzeichnen > 3. Variationen erstellen >
Neuer multivariater Test
Schritt 1: Test- und Zielseiten einrichten.
1. Test benennen
Mithilfe des Testnamens können Sie diesen Test von anderen unterscheiden. Ihre Nutzer sehen d
Name des Tests:
Reiseseitentest-1
Beispiel: Startseitentest Nr. 1
2. Testseite ermitteln
Auf dieser Seite werden Ihren Nutzern verschiedene Testkombinationen gezeigt.
URL der Testseite:
http://engelm.magento.techdivision.com/reisen.html
Beispiel: http://www.beispiel.de/webseite.html
3. Conversion-Seite identifizieren
Dies ist die Seite, auf die der Nutzer nach einer erfolgreichen Conversion gelangt — wenn er beisp
wie ein Klick auf eine Schaltfläche ist, der nicht zu einer separaten Seite führt, geben Sie die URL
Conversion-Seite:
http://engelm.magento.techdivision.com/checkout/cart/
Beispiel: http://www.beispiel.de/danke.html
Weiter »

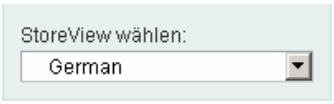
Feld	Funktion
Test benennen	Bezeichnung des Tests für interne Zwecke
Testseite ermitteln	URL der Seite aus dem Shop, die getestet werden soll
Conversion-Seite identifizieren	URL der Seite aus dem Shop, an Hand derer der Erfolg der Testseite ermittelt wird; entweder verwendet man den

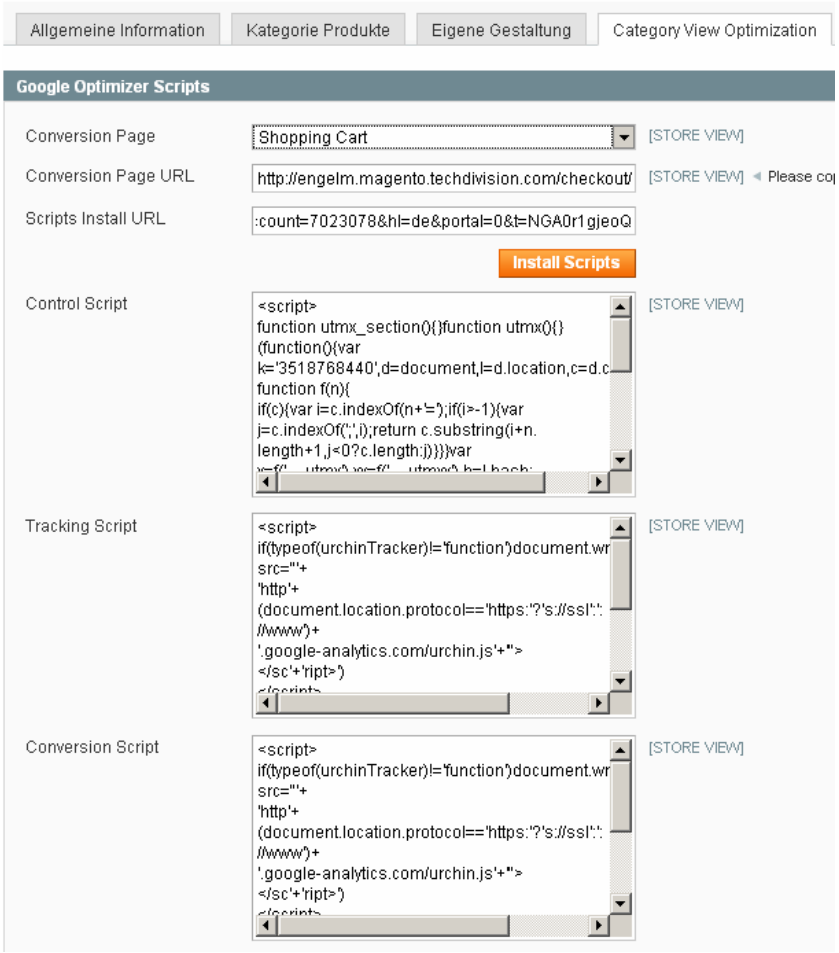
Feld	Funktion
	Warenkorb oder eine Bestätigungsseite nach Abschluss der Bestellung

Der „Weiter“-Button führt zur nächsten Seite. Dort muss die erste Option gewählt werden.


Wer installiert und prüft die JavaScript-Tags?
Ihr Web-Team installiert und prüft die JavaScript-Tags.
Google stellt einen Link zu Installations- und Überprüfungsanleitungen bereit, die Sie an Ihr Team sende
aufrufen.
Sie installieren und überprüfen die JavaScript-Tags.
Sie sollten mit der grundlegenden Bearbeitung von HTML vertraut sein, Zugriff auf Ihre Webseiten haben
Sie möchten, dass eine andere Person den JavaScript-Code für diesen Test installiert.
Senden Sie folgende URL per E-Mail an Ihr Web-Team, damit es die JavaScript-Tags installieren und überprüfe
https://www.google.com/analytics/siteopt/install?experiment=EAAAAH7u-gellFaEeKWYr6
Anzeigen
Klicken Sie auf "Status prüfen", um den Installationsstatus anzuzeigen. Rufen Sie diese Seite erneut auf und
Installationsstatus
Die Installation wurde noch nicht gestartet.
Status prüfen

Nun muss die URL aus dem grauen Feld kopiert und im Magento Back-End bei der zu testenden Kategorie eingefügt werden. Dazu muss in der linken Spalte ein spezieller StoreView ausgewählt sein, z.B.:





Feld	Funktion
Conversion Page	Auswahl der Seite, an der die Konversion gemessen wird, d.h. wenn diese Seite aufgerufen wird, dann hat der Kunde tatsächlich bestellt
Conversion Page URL	wird automatisch an Hand der oben getroffenen Auswahl gesetzt
Script Install URL	URL, die aus dem Google Website Optimizer kopiert werden muss
Control Script Tracking Script Conversion Script	werden automatisch aus der oben eingegebenen URL ermittelt, sobald der Button „Install Scripts“ gedrückt wurde

Wenn dieser Dialog ausgefüllt ist, die Skripte installiert sind und die Kategorie gespeichert ist, muss als nächstes der Status der Installation im Google Website Optimizer geprüft werden.

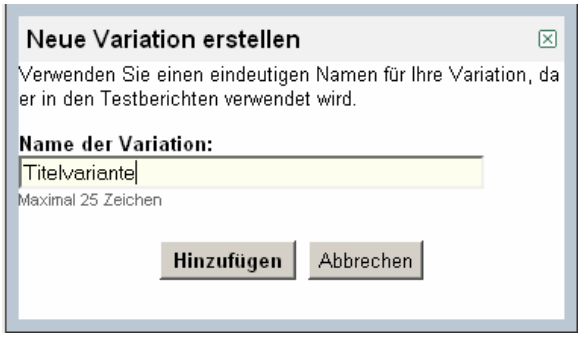
Wenn der Installationsstatus korrekt ist, wird darunter der „Weiter“-Button aktiviert. Im nächsten Dialog können nun die Varianten der aktuellen Seite eingestellt werden.

1. Identifizieren Sie die Testseiten. > 2. Seiten mit Tags kennzeichnen > 3. Variationen erstellen > 4. Überprüfen und starten > 5. Bericht anzeigen
Neuer multivariater Test
Schritt 3: Variationen erstellen
Erstellen Sie nun für jeden Website-Bereich, den Sie mit Tags versehen haben, verschiedene Inhaltsvariationen. Klicken Sie dazu auf den Link "Neue Variation hinzufügen". Jede neue Variation enthält zunächst den ursprünglichen Inhalt, den Sie anschließend bearbeiten können.
Hinweis: Je mehr Variationen Sie hinzufügen, desto größer wird die Anzahl von Kombinationen, wodurch wiederum die Dauer des Tests verlängert wird. Eine höhere Zahl an Seitenzugriffen und gesteigerte Conversion-Raten verkürzen die Dauer des Tests. Falls dies Ihr erster Test ist, sollten Sie sich auf zwei bis drei Variationen pro Bereich beschränken. Weitere Informationen
Seitenbereiche (3)
Kombinationen gesamt: 1
product_name_37
Ursprüngliche Version
+ Neue Variation hinzufügen
product_image_37
Ursprüngliche Version
+ Neue Variation hinzufügen
product_description_37
Ursprüngliche Version
+ Neue Variation hinzufügen
product_name_37: Ursprüngliche Version
Vorschau | Speichern
Reisen
« Zurück
Speichern und fortfahren »

In der linken Spalte sieht man die Seitenbereiche, für die alternative Angaben gemacht werden können:

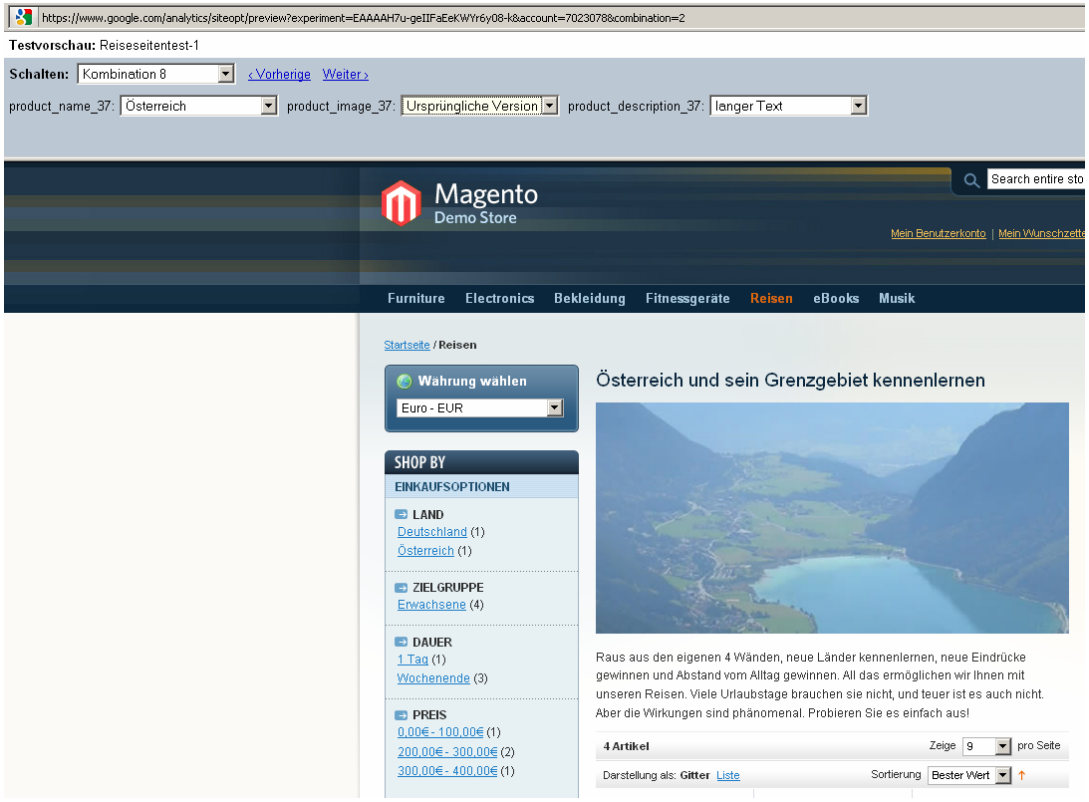
- product_name = Titel der Kategorie oberhalb des Bildes
- product_image = Bild
- product_description = Text unter dem Bild

Zunächst wird über + Neue Variation hinzufügen eine leere Variante angelegt. Der Name sollte einigermaßen sprechend sein, damit man später in der Vorschau mehrere Varianten leicht auseinander halten kann.



Anschließend kann der alternative Titel im Hauptfeld eingetragen werden.

Nach dem Speichern kann die veränderte Seite über den Vorschau-Link in einem eigenen Fenster angesehen werden.
Wenn ein alternatives Bild verwendet werden soll, muss dieses zunächst auf den Server hochgeladen und der Pfad in das Feld eingetragen werden.
Sind alle Varianten angelegt, können die Kombinationen auf der Vorschauseite betrachtet werden.

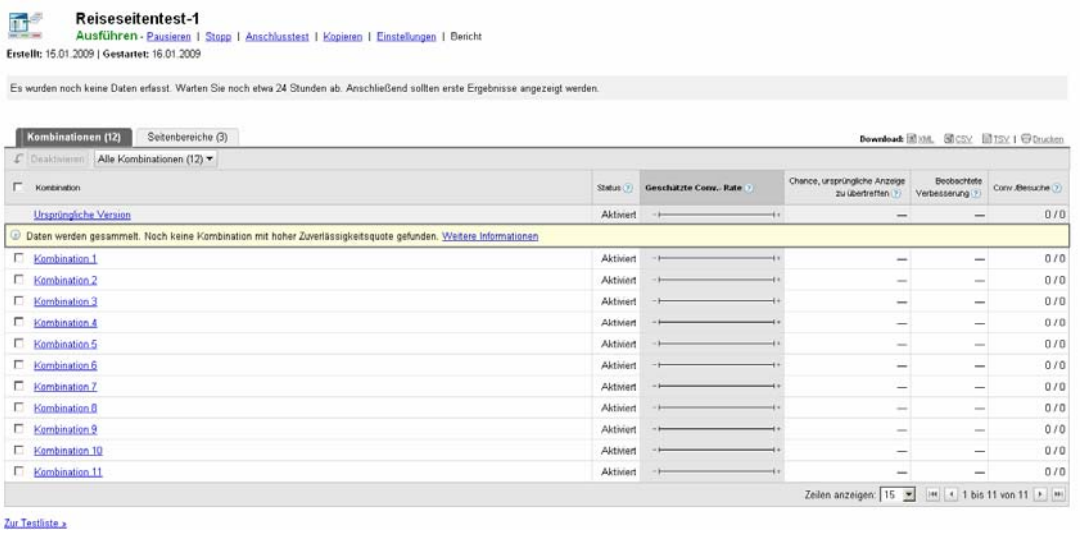

Testvorschau: Reiseseitentest-1
Schalten: Kombination 8
‹ Vorherige Weiter ›
product_name_37: Österreich
product_image_37: Ursprüngliche Version
product_description_37: langer Text
Magento
Demo Store
Furniture Electronics Bekleidung Fitnessgeräte Reisen eBooks Musik
Startseite / Reisen
Währung wählen
Euro - EUR
SHOP BY
EINKAUFSOPTIONEN
LAND
Deutschland (1)
Österreich (1)
ZIELGRUPPE
Erwachsene (4)
DAUER
1 Tag (1)
Wochenende (3)
PREIS
0,00€ - 100,00€ (1)
200,00€ - 300,00€ (2)
300,00€ - 400,00€ (1)
Österreich und sein Grenzgebiet kennenlernen
Raus aus den eigenen 4 Wänden, neue Länder kennenlernen, neue Eindrücke gewinnen und Abstand vom Alltag gewinnen. All das ermöglichen wir Ihnen mit unseren Reisen. Viele Urlaubstage brauchen sie nicht, und teuer ist es auch nicht. Aber die Wirkungen sind phänomenal. Probieren Sie es einfach aus!
4 Artikel
Zeige 9 pro Seite
Darstellung als: Gitter Liste
Sortierung Bester Wert

Über die Listenfelder und Links am oberen Rand kann man nun alle Kombinationen betrachten, die durch die Varianten in den drei Bereichen entstanden sind. Sind alle Varianten in Ordnung, gelangt man über den Button „Speichern und fortfahren“ zum nächsten Dialog.

1. Identifizieren Sie die Testseiten. > 2. Seiten mit Tags kennzeichnen > 3. Variationen erstellen > 4. Überprüfen und starten > 5. Bericht anzeigen
Neuer multivariater Test
Schritt 4: Überprüfen und starten
Testseiten
Testseite: http://engelm.magento.techdivision.com/reisen.html
Conversion-Seite: http://engelm.magento.techdivision.com/checkout/cart/
Einstellungen und Design
Seitenbereiche:
product_name_37: 1 Variation
product_image_37: 1 Variation
product_description_37: 1 Variation
Kombinationen gesamt: 1 Vorschau
Anzahl der Zugriffe, die durch diesen Test erfolgt sind: 100%
Test starten
Wir haben überprüft, ob die URLs vorhanden sind und der JavaScript-Code auf jeder Seite korrekt ist. Dennoch empfiehlt es sich, vor dem Starten de Markup-Fehler zu überprüfen.
Vorschau des Tests jetzt anzeigen
Nach Testbeginn werden Ihre Kombinationen den Besuchern Ihrer Website angezeigt. Berichtdaten stehen in ein paar Stunden zur Verfügung.
« Zurück
Jetzt starten »

Auch von dieser Seite kann die Vorschau noch aufgerufen werden. Stimmen alle Angaben, kann der Test über den Button „jetzt starten“ endgültig gestartet werden. Die Skripte sorgen nun dafür, dass die Varianten nach dem Zufallsprinzip eingeblendet werden.

Der Test muss mindestens 24 Stunden laufen, bis Google die ersten Ergebnisse liefert. Insgesamt sollte der Zeitraum natürlich ausreichend repräsentativ sein, damit aus den Ergebnissen keine falschen Schlüsse gezogen werden.



Google bietet unterschiedliche Ansichten und Werte, mit denen der Erfolg der unterschiedlichen Kombinationen bewertet werden kann. Hat sich im Verlauf des Tests eine erfolgversprechende Kombination herauskristallisiert, kann der Test beendet werden. Google bietet danach die Möglichkeit, temporär eine bestimmte Kombination anzuzeigen, bis die Änderungen im Shop vorgenommen worden sind. Lassen die Testergebnisse noch keine eindeutige Entscheidung für eine Kombination zu, so kann ein Anschlusstest mit den besten Kombinationen durchgeführt werden.

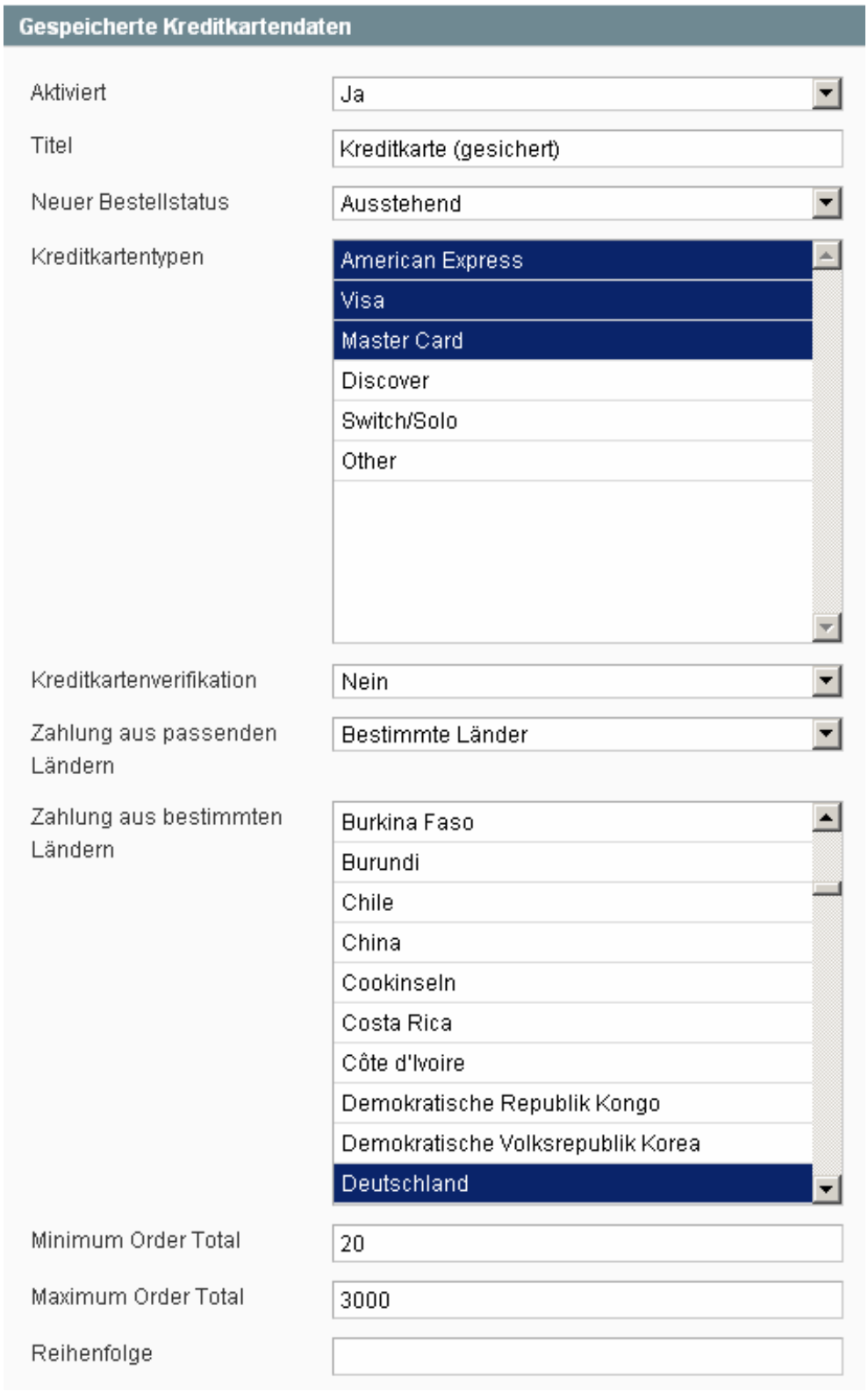
11.13.23 Verkäufe – PayPal Kundenkonten

In diesem Bereich werden die Zugangs- und Benutzerdaten für PayPal eingetragen.

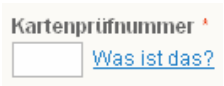
Website Payments Pro (Payflow Edition)
Website Payments Standard
Website Payments Pro and Express Checkout (API Signature)

11.13.24 Verkäufe – Zahlungsmöglichkeiten

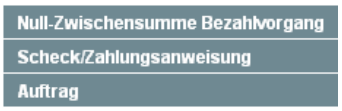
In diesem Menüpunkt wird festgelegt, welche Zahlungsmöglichkeiten im Shop angeboten werden und über welche Eigenschaften diese verfügen.
Im ersten Block geht es um Kreditkartenzahlungen, die ohne Zahlungs-Gateway angeboten werden.



Feld	Funktion

Feld	Funktion
Aktiviert	legt fest, ob diese Zahlungsmöglichkeit angeboten wird (= „Ja“) oder nicht (=“Nein“)
Titel	Name der Zahlungsoption in Stufe 4 – Zahlungsoptionen des Check-Out-Prozesses im Front-End
Neuer Bestellstatus	Auswahl des Status, den die Bestellung bei dieser Zahlungsmöglichkeit erhalten soll; derzeit nur „Ausstehend“ möglich
Kreditkartentypen	Auswahl der zulässigen Kreditkartentypen
Kreditkartenverifikation	gibt an, ob das Feld „Kartenprüfnummer“ als Pflichtfeld bei der Eingabe der Kreditkartendaten angezeigt wird (= „Ja“) oder nicht (=“Nein“) 
Zahlung aus passenden Ländern	Möglichkeit zur Auswahl, ob die Kreditkartenzahlung nur aus bestimmten Ländern oder aus allen erlaubten Ländern möglich sein soll
Zahlung aus bestimmten Ländern	nur aktiviert, wenn im darüber stehenden Feld „Bestimmte Länder“ ausgewählt wurde; dann können die gewünschten Länder bei gehaltener STRG-Taste markiert werden
Minimum Order Total	Mindestbestellbetrag, der überschritten sein muss, damit diese Zahlungsart angezeigt wird
Maximum Order Total	Höchstbestellbetrag, der unterschritten bleiben muss, damit diese Zahlungsart angezeigt wird
Reihenfolge	bestimmt die Reihenfolge, in der die unterschiedlichen Zahlungsarten im Front-End angezeigt werden: Die Zählung beginnt mit 0.

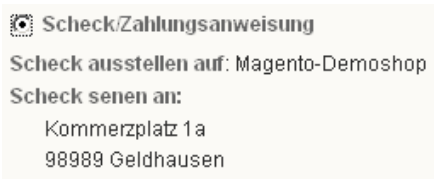
Die nächsten drei Zahlungsoptionen enthalten weitgehend die gleichen, oben bereits beschriebenen Felder. Deshalb werden hier nur noch die Bedeutung und besondere Eingabefelder beschrieben.



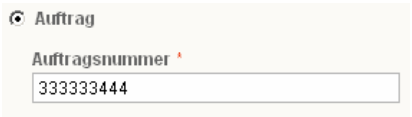
Der „Null-Zwischensummen Bezahlvorgang“ wird nur dann angezeigt, wenn die Bestellung einschließlich Versandkosten zum Nulltarif abgewickelt wird. Nach Auswahl dieser Option gelangt der Kunde direkt zur Bestellübersicht, wo er die Bestellung abschließen kann.

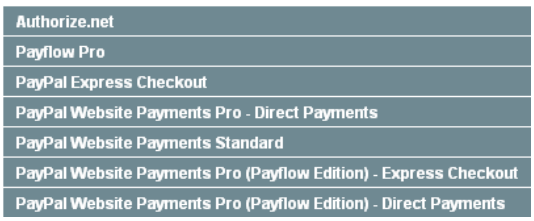
Für die Zahlung per „Scheck/Zahlungsanweisung“ müssen folgende Felder zusätzlich ausgefüllt werden:

Ihre Inhalte und Beschriftung werden im Front-End angezeigt, sobald diese Zahlungsart ausgewählt ist:



Wird die Zahlungsart „Auftrag“ gewählt, muss der Kunde die Auftragsnummer eingeben, um die Bestellung abzuschließen. Im Back-End sind jedoch keine speziellen Felder zu befüllen.




Authorize.net
Payflow Pro
PayPal Express Checkout
PayPal Website Payments Pro - Direct Payments
PayPal Website Payments Standard
PayPal Website Payments Pro (Payflow Edition) - Express Checkout
PayPal Website Payments Pro (Payflow Edition) - Direct Payments

In den weiteren Unterpunkten werden Zahlungsmöglichkeiten mit Zahlungsdienstleistern konfiguriert. Neben den bereits bekannten Feldern sind teilweise anbieterspezifische Felder auszufüllen, die sich aus den Vertragsdaten ergeben.

Magento-Zahlungsmodule für den deutschen Markt

Neben den standardmäßig vorhandenen Modulen gibt es inzwischen 50 Zahlungsmodule, die vor geraumer Zeit auf dem offiziellen Magento-Blog vorgestellt wurden. Selbstverständlich handelt es sich hier um sehr viele Module für ausländische Zahlungsanbieter, die einem deutschen Online-Shop nicht weiterhelfen. Deshalb gibt es hier einige Infos zu Magento-Zahlungsmodulen, die für den deutschen Markt verfügbar und nutzbar sind. Die Aufstellung erhebt jedoch keinerlei Anspruch auf Vollständigkeit:

Worldpay

Mit einer Schnittstelle zu Worldpay (www.worldpay.de) steht einer der "Veteranen" im Bereich elektronische Zahlungsabwicklung für Magento zur Verfügung. Bei Worldpay handelt es sich um ein Tochterunternehmen der Royal Bank of Scotland Group (RBS), das seit 1993 elektronische Zahlungsdienste anbietet.
Mögliche Zahlungsvarianten sind:

- Kreditkartenzahlung (VISA und MASTERCARD)
- elektronischer Lastschrifteinzug

Die einmalige Einrichtungsgebühr beträgt EUR 125.-, die Jahresgebühr beläuft sich auf EUR 250.-. An Transaktionsgebühren fallen bei Kreditkartenzahlung 4,5% vom Kreditkartenumsatz an, die Lastschriftgebühr beläuft sich auf EUR 0,40 pro Transaktion.

Payone

Bei Payone (www.payone.de) handelt es sich um einen Dienstleister mit Sitz in Deutschland, der über fünfjährige Erfahrung im Bereich der elektronischen Zahlungsabwicklung verfügt. Payone stellt mit seinem Zahlungsgateway eine Vielzahl an Bezahlmöglichkeiten zur Verfügung.
Mögliche Zahlungsvarianten sind:

- Kreditkarte (VISA, MASTERCARD, Amex, Dinners Club, JCB)
- Maestro
- Lastschrifteinzug
- Vorkasse
- Rechnung
- Sofort-Überweisung

- Giropay
- Paypal

Die einmalige Einrichtungsgebühr beträgt hier ab EUR 199.-, das monatliche Bereitstellungsentgelt beginnt bei EUR 29.-. Die Höhe der Transaktionen hängt vom jeweiligen Volumen ab und ist ab EUR 0,15 zu haben.

EasyDebit

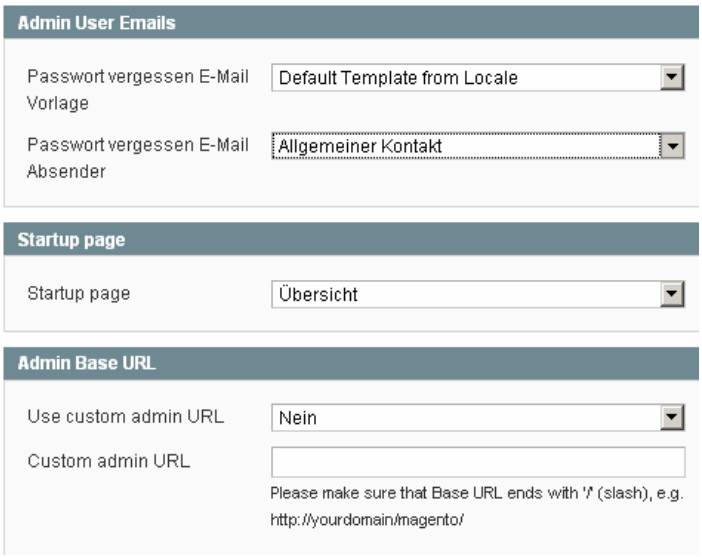
Bei EasyDebit (www.easydebit.de) handelt es sich ebenfalls um einen deutschen Anbieter für die elektronische Zahlungsabwicklung, der seit 2002 am Markt ist. EasyDebit bietet dabei unterschiedlichste Pakete, die vom Einsteigershop nur mit Kreditkartenzahlung bis hin zu umfangreichen Shoplösungen mit einer Vielzahl an Zahlungsmöglichkeiten sowie diversen Zusatzleistungen reichen.

11.13.25 Services – Magento Core Api

Hier ist vom Entwickler eine Zeit für den Timeout einzustellen.

11.13.26 Erweitert – Admin

Hier kann der Administrator Konfigurationen für die Passwort-Mail und für sein Back-End vornehmen.



Feld	Funktion
Admin User Emails	
Passwort vergessene E-Mail	Auswahl des Templates, das für die Mail verwendet wird, mit der dem Benutzer ein neues Passwort zugesendet wird.

Feld	Funktion
Vorlage	
Passwort vergessen E-Mail Absender	Auswahl des Absenders, in dessen Namen die Mail mit dem neuen Passwort versendet wird.
Startup page	
Startup page	Hier kann die Seite ausgewählt werden, die nach dem Login als Startseite angezeigt wird.
Admin Base URL	Im Feld „Use custom admin URL“ sollte immer „Nein“ ausgewählt sein, da andernfalls Änderungen am Apache vorgenommen werden müssen.

11.13.27 Erweitert – System

Hier werden Einstellungen zu Cron-Jobs, Mailversand und zur Speicherdauer des Logs vorgenommen. Wird in einem Shop eine zusätzliche Währung eingefügt, so muss diese in diesem Menüpunkt zunächst installiert werden.

11.13.28 Erweitert - Erweitert

Hier kann der Entwickler festlegen, welche Modulausgaben aktiviert oder deaktiviert werden sollen.

11.13.29 Erweitert - Entwickleroptionen

Dieser Menüpunkt ist den Entwicklern vorbehalten, die hier Einstellungen zu Clients, Logs und Debug-Funktionen festlegen können.

12 Tipps und Tricks

Hier ein paar Tipps und Tricks, wie Sie – besonders als Einsteiger in Magento – Fallen und Fettnäpfchen umgehen können.

- Löschen entfernt im Produktbereich den gesamten Artikel. Verwenden Sie den Button also nicht, wenn sie nur ein Bild löschen möchten.
- Schalten Sie nie die Sprache um, während ungespeicherte Änderungen in einem Dialog vorhanden sind. Denn dadurch werden alle Feldinhalte unwiederbringlich gelöscht.
- Zurücksetzen macht alle Änderungen seit dem letzten Speichern rückgängig, also nicht nur die des aktuellen Menüpunkts oder ausschließlich die letzte Änderung.

12.1 Auswahl aus Listen

Um bequem einen Wert aus einer Liste auszuwählen, muss das zugehörige Feld zunächst mit der Maus markiert werden, bis es einen getupften Rand bekommt:

- Wenn man dann den Anfangsbuchstaben des gewünschten Begriffs eingibt, wird dieser sofort eingetragen, falls es nur einen Eintrag gibt, der mit diesem Buchstaben beginnt.
- Gibt es mehrere Einträge mit dem gleichen Anfangsbuchstaben, wird der erste Eintrag im Feld angezeigt. Durch erneutes Drücken des gleichen Buchstaben wird man schrittweise durch die Liste der Einträge mit dem gleichen Anfangsbuchstaben geführt. Ist der letzte Begriff der Liste erreicht, wird wieder beim ersten begonnen.
- Klappt man die Liste auf und drückt dann einen Buchstaben, so wird der erste Eintrag mit diesem Buchstaben markiert. Von dort aus kann man die Liste durchsehen.
- Es ist auch möglich, mehrere Buchstaben einzugeben, um die Auswahl weiter einzugrenzen oder den gesuchten Begriff direkt zu erreichen. In diesem Fall muss die Eingabe der Buchstaben allerdings schnell hintereinander erfolgen. Denn macht man zuviel Pause, wird einer der Folgebuchstaben als neuer Anfangsbuchstabe gewertet.

12.2 Spaltensortierung

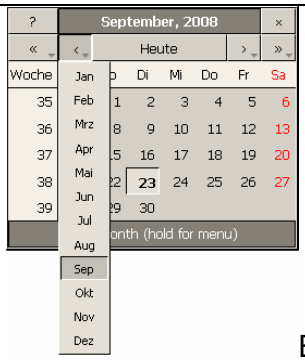
In den Spaltentiteln der Übersichtstabellen ist teilweise eine Sortierfunktion enthalten:

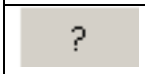
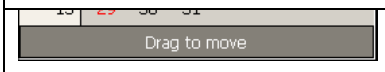
Ist die Spaltenüberschrift dunkelgrau (siehe Stck.) und wird bei Mouse-Over orange (siehe Status), kann sie angeklickt werden. Nach dem ersten Klick wird der Hintergrund orange und die Tabelle nach dieser Spalte aufsteigend sortiert. Dies wird durch den Pfeil in der Spaltenüberschrift angezeigt (siehe Sichtbarkeit). Nach einem weiteren Klick ändert der Pfeil seine Richtung und die Sortierung erfolgt absteigend. Es ist allerdings immer nur möglich, die Sortierreihenfolge nach einer Spalte festzulegen. Eine Sortierhierarchie, die bei gleichen Einträgen einer Spalte nach einer weiteren Spalte sortiert, ist nicht möglich.
Spaltenüberschriften in hellgrau (siehe Websites) zeigen an, dass nach dieser Spalte nicht sortiert werden kann.

12.3 Kalender

In vielen Übersichtslisten besteht die Möglichkeit, die Datensätze über einen Termin einzuschränken.

Das Datum kann in das Feld eingegeben werden, aber auch aus einem Kalender ausgewählt werden. Der Kalender erscheint nach Klick auf das Kalendersymbol neben dem Feld. Der Kalender wird für das aktuelle Datum geöffnet:

Button	Funktion
«	Beim Klick auf den Button springt der Kalender vom aktuell gewählten Datum exakt ein Jahr zurück. Beim erneuten Klick geht es ein weiteres Jahr zurück. Klickt man auf den Pfeil in der unteren rechten Ecke und hält die linke Maustaste gedrückt, erscheint eine Liste mit Jahreszahlen. Sie beginnt beim Vorjahr und geht dann in 11 Zweijahresschritten zurück. Man kann mit der Maus über die Liste fahren, das gewünschte Jahr markieren und dann die Maustaste dann loslassen. Es wird dann das derzeit gewählte Datum im ausgewählten Jahr angezeigt.
‹	 Beim Klick auf den Button springt der Kalender vom aktuell gewählten Datum exakt einen Monat zurück. Der Button kann natürlich mehrfach angeklickt werden, wenn man mehrere Monate in die Vergangenheit wandern möchte. Klickt man auf den Pfeil in der unteren rechten Ecke

Button	Funktion
	und hält die linke Maustaste gedrückt, erscheint eine Liste aller Monate. Der aktuelle Monat ist markiert. Über die Liste kann zum aktuell gewählten Tag in einem anderen Monat gesprungen werden – oder fast. Denn die Kalenderanwendung rechnet im Hintergrund. Ist beispielsweise der 31. Dezember im Kalender angezeigt, und wählt man in der Liste den Monat Februar, wird der 3. März angezeigt.
	Nach Klick auf diesen Button wird das Tagesdatum im Kalender angezeigt.
	Hier kann - wie oben beschrieben - um je einen Monat nach vorne gesprungen oder ein spezielle Monat ausgewählt werden.
	Hier kann - wie oben beschrieben - um je ein Jahr nach vorne gesprungen oder ein spezielles Jahr ausgewählt werden.
	schließt den Kalender
	Über diesen Button wird ein kleines Hilfe-Pop Up geöffnet:
	Fährt man mit der Maus über die Fußzeile des Kalenders, kann man diesen mit gedrückt gehaltener linker Maustaste über den Bildschirm verschieben und an einer beliebigen Stelle positionieren.

13 Fragen oder Anregungen

Sollten Sie Fragen zu Magento haben oder Anregungen bzw. Verbesserungs-vorschläge für das vorliegende eBook loswerden wollen, nehmen Sie einfach mit uns Kontakt auf:

TechDivision GmbH
Pernauerstr. 54a
83024 Rosenheim

Tel. +49 8031 221055-0
Email: info@techdivision.com
Web: www.techdivision.com

Laufend aktualisierte News, Tipps und Tricks rund um das Thema Magento finden Sie in unserem Blog unter:

http://blog.techdivision.com/category/magento/

Hier erfahren Sie auch, wenn es eine neue Auflage dieses E-Books geben sollte.

Einfach mal reinklicken – es lohnt sich!

Stichwortverzeichnis

Abonnenten 177
Absender Email 174
Absender Name 174
Actions 107
Add New Row 76
Administrationsbereich 30
Adressen 117
Adressfeld 118
Ähnliche Produkte 55, 74
Allgemein 54
Allow Gift Message 60
Alt-Tag 93, 95
Anmeldungen 177
Anpassung Belastung 150
Anpassung Erstattung 150
Antwortmöglichkeiten 169
Antworttitel 170
Artikelnummer 10
Attributcode 37
Attribute anlegen 36
Attributgruppen 41
Attributset 13, 69
Attributsets anlegen 41
Ausstehend 106
Base Image 65, 66
Bedingungen 125
Bedingungskombination 126
Beliebteste 137
Benachrichtigung 71
Benutzerkonto 116, 179
Benutzername 31
Berechtigungen 185
Bestellansicht 144
Bestellungen 118, 139
Bestseller 33, 134
Betriebssystem 16
Bewertungen 102
Bilder 55, 63
Blöcke 167
Blocktitel 168
Box Randspalte 203
Bundle Product 53, 85
Bundle-Option 89
Cache Management 190
Checkout 155
CMS 164
CMS Block 48
Collapse All 45
Configurable Product 9, 53, 82
Core Api 250
Cost 61
Cross-Selling 13, 56, 75
csv 115
custom Attributes 11
Custom Options 57, 75, 88
Customer Not Notified 146
Customized Products 11
Dateibrowser 63
Dateien hochladen 63
Dateityp 115
Default Category 59
Default-Bild 65
Description 47, 55, 67
Display Mode 48
Downloadable Products 53, 76, 207
EasyDebit 250

Eigenes Theme 166
Einarbeitungsaufwand 29
Einfache Attribute 36
E-Mail-Adressen 198
Enable Terms and Conditions 156
Enterprise-Software-System 15
Entwickleroptionen 251
Entwicklungs-Frameworks 9
Expand All 45
Export 115, 182
Festpreis 90
Filtermöglichkeiten 35
Filter-Navigation 39
Framework-Ansatz 29
Free shipping 131
Geltungsbereich 37
Gesamterstattung 133
Gestaltung 55, 68, 182, 195
Gitter 199
Google API 236
Google Base 108
Google Sitemap 109, 211
Google Website Optimizer 237
Grouped Product 52
Gruppeninformation 121
Gutscheine 129, 133
Gutschrift 148, 149
Hardware 8, 15, 29
Höchstbestellmenge 71
Hosting 15
Image 47
Import 12, 182
Importvorgang 13
Incoweb 18
Input Type 76
Inventar 55, 69, 209
Is Active 48
Is Anchor 48
Is Required 76
ITABS 18
Kasse 228
Katalog Preisregeln 123
Kategorie Produkte 73
Kategoriebaum 50
Kategorien 44, 55, 72
Kommentar 146, 150
Konfiguration 16, 192
Kontaktformular 198
Kontoinformationen 116
Kunde hinzufügen 116
Kunden 135
Kunden informieren 146
Kunden online 121
Kundenansicht 111
Kundengruppen 121
Kundenkonfiguration 215
Kundenmeinungen 102, 120, 136, 199
Kundensteuerklasse 158, 161
Kundenverwaltung 111
Lagerbestand 71
Länderoptionen 194
Layered Navigation 13
Layout 166
Liste der Attribute 60
Lizenzkosten 8
Login 31
Made-to-Order-Produkt 11
Mage_Poll 168

Magento Connect 187
Magento Gründer 22
Magento Support 27
Magento-Backend 30
Manage Stock 70
Mehrsprachigkeit 91
Meta Description 48, 62
Meta Information 55, 62
Meta Keywords 48, 62
Meta Title 62
Meta-Tag „Description“ 94, 96
Meta-Tag „Keywords“ 94, 97
Mindestbestellmenge 70, 220
Minimum Qty 70
Nachbestellung 71, 118, 144
Nachbestung 112
Navigationsleiste 206
Neukunden 33
Newsletter 119, 173, 214
NEXCESS 20
Notifications 180
offizieller Release 8
Offline-Zahlungsmethode 147
On-Site-Suchmaschinenoptimierung 92
Open Source Shopsysteme 29
Option hinzufügen 41
Optionen verwalten 40
osCommerce 12
Packzettel 140, 152
Page Title 48
Passwort 31
Payone 249
PayPal Kundenkonten 245
PDF-Datei 225
pdf-Dokument 145
Performance 13
Phoenix-Medien 21
Platzhalter Bild 202
Position 40
Preis Gültigkeitsbereich 204
Preise 60
Preisregeln für Warenkorb 128
Price View 87
Prices 54
Priorität 124
Problemreporte 178
Produkt anlegen 51
Produktbenachrichtigungen 201
Produktbeschreibung 67
Produktdetails 51
Produkte 134
Produktgruppe 44
Produktgruppe verschieben 50
Produktpflege 34
Produktsteuerklasse 158
Produktsteuerklassen 162
Produkt-Tagging 13
Produkttyp 52
Programmieraufwand 8
Qty to Refund 150
Qty to Ship 154
Quellcode 8
Rabatt 113, 128, 130
Rackspeed 19
Raster 199
Rechnung 140, 144, 146
Rechnungsadresse 117

Refund Shipping 150
Regeln verwalten 158
Regelname 124
related products 55
Release 1.1 8
Release 1.2 8
Reporte 132
Return to Stock 149
Reviews 104
Root Catalog 45
RSS-Feeds 212
Schlagworte 57, 105, 120, 137
Schlüsselwörter 93
Seiten verwalten 164
Seitenbezeichner 168
Seiteninformation 164
Seitentitel 95
Sendung anlegen 153
Sendungen 151
Serveranforderungen 15
Set Product 60
Short Description 68
Simple Attributes 36
Simple Product 9, 52
Siteground 17
Skalierbarkeit 15
SKU 9
Small Image 65, 66
Snippet 93
Software-Architektur 29
Sonderaktionen 123
Sortierreihenfolge 65
Sortierung 65
Spaltensortierung 253
Spaltenüberschrift 253
Special Price 61
statischer Block 50, 167
Status 59, 124
Steuer 132, 158, 225
Steuerklassen 161
Steuersätze 158, 159, 160
Stimmenzahl 170
Stock 70
Stores verwalten 190
Stückzahl 71
Suchanfragen 99
Suchbegriffe 100, 138
Suche 99, 204
Suchmaschinenoptimierung 92, 206
Symmetrics 20
Synonym 100
System 179
System-Attribute 36
Tags 120
Tax Class 59
Tax Identifier 160
TechDivision 256
Teilrechnungen 147
Terms and Conditions 155
Thumbnail 65, 66
Tier Price 61
Trackinginformationen 153, 154
Transaktionsmails 183
Überkategorie 45
Umfrageverwaltung 168
unsubscribed 177
Unterkategorie 44
updatefähigkeit 29

Updatefähigkeit 8, 15
Updates 25
Up-Selling 56, 75
URL 94, 195
URL key 49, 59
URL Rewrite 97
Varien 8
Verkäufe 132, 139, 219
Verkaufsmail 223
Verkaufsreport 132
Versand 133
Versandanschrift 117
Versandarten 233
Virtual Product 53
Virtual Products anlegen 85
Visibility 60, 90
Vorlagen verwalten 173, 174
Vorlagenbetreff 174
Vorlageninhalt 174
Vorlagenname 174
Vorlagenvorschau 174
Währung 195
Währungskurse 183
Warenkorb 118, 133, 230
Warteschlange 175
Web Services 181
Websites 55, 72
Weight 59
Weiterempfehlen 213
Weiterleitung URL 100
Werkzeuge 180
Wiederaufnehmen 140
Worldpay 249
Wunschzettel 119, 218
XML-basierte Formate 12
xml-Datei 115
Zahlungsmodule 249
Zahlungsmöglichkeiten 245
ZEND-Framework 8